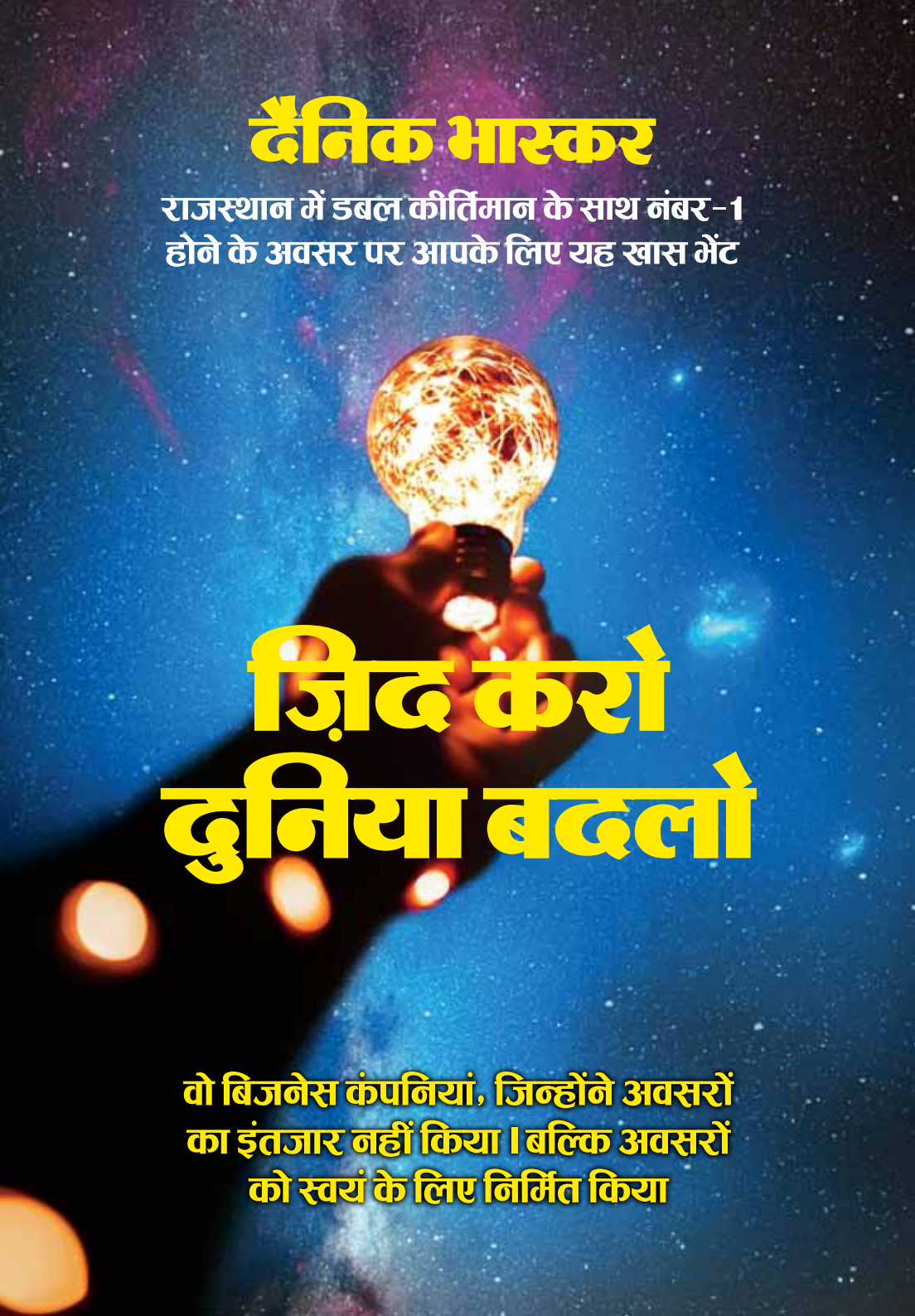
दैनिक भास्कर

राजस्थान में डबल कीर्तिमान के साथ नंबर-1
होने के अवसर पर आपके लिए यह खास भेंट



ज़िद करो दुनिया बदलो

वो बिजनेस कंपनियां, जिन्होंने अवसरों
का इंतजार नहीं किया। बल्कि अवसरों
को स्वयं के लिए निर्मित किया

VISIT…

अमेजन. पेज 4-14

दुनिया की सबसे बड़ी दुकान

गूगल. पेज 15-25

टेक्नोलॉजी का ईश्वर

एप्पल. पेज 26-34

इनोवेशन का सबसे बड़ा प्रतीक

डिज्नी. पेज 35-44

दुनिया के हर बच्चे की चाहत

रिलायंस. पेज 45-55

देश की सबसे बड़ी कंपनी

डी मार्ट. पेज 56-60

सफलता का सुपरमार्केट

नौकरी डॉट कॉम. पेज 61-66

प्रमुख रोजगार वेबसाइट

और बेमिसाल 12. पेज 67-102

बायजू सहित वे कंपनियां जिनकी आइडिया ही ताकत

दुनिया की हर सफल कंपनी से एक ही सीख मिलती है...

सफलता पानी है, तो सिर्फ लक्ष्य पर ध्यान दो, रास्ते की बाधाओं पर नहीं।

amazon

मीटिंग के दौरान एक कुर्सी हमेशा खाली रखते हैं जेफ बेजोस

कहते हैं- मानकर चलो, उस पर ग्राहक बैठा है

पिछले वर्ष ही अमेजन ने 25 वर्ष पूरे किए हैं। फोर्ब्स की 2020 की मोस्ट वैल्यूएबल ब्रैंड की सूची में अमेजन चौथे नंबर पर है। यह दुनिया की सबसे बड़ी ऑनलाइन शॉपिंग कंपनी है। कोरोना के संक्रमण काल में जहां अमेरिका सहित दूसरे देशों में विभिन्न कंपनियों की हालत खराब रही, वहीं अमेजन ने पिछले कुछ माह में करीब 1 लाख 75 हजार से ज्यादा नए लोगों की भर्ती की है।

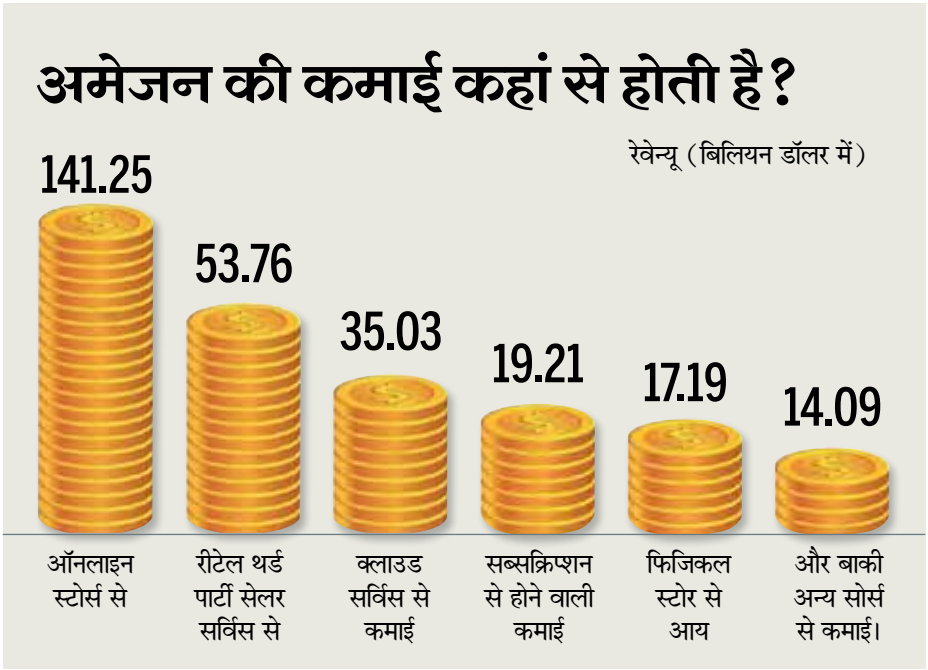
जेफ बेजोस,
अमेजन के फाउंडर

आखिर अमेजन इतनी सफल क्यों है?

ग्राहकों के ई-मेल खुद पढ़ते हैं बेजोस, उनके हर फैसले के मूल में हमेशा सिर्फ ग्राहक होते हैं

- **बेजोस** का फोकस ग्राहकों के हित पर हमेशा रहा है। लंबे समय तक यह व्यवस्था रही है कि कोई भी असंतुष्ट ग्राहक बेजोस को सीधे ई-मेल लिख सकता है। बेजोस उस ई-मेल में एक क्वेश्चन मार्क लगाकर संबंधित विभागों में भेज देते हैं। इस क्वेश्चन मार्क का मतलब होता है कि जिम्मेदार व्यक्ति को यह स्पष्ट बताना होगा कि ग्राहक असंतुष्ट क्यों है।
- **जेफ** बेजोस जब भी सिएटल स्थित अपने दफ्तर में मीटिंग लेते हैं तो आज भी वे एक कुर्सी खाली छोड़ देते हैं। इसे वे **'द एम्प्टी चेयर'** कहते हैं। उनका तर्क है कि यह हमारे ग्राहक की कुर्सी है। ये मीटिंग के दौरान खाली रहेगी और यहां जो भी बातें होंगी वो इस कुर्सी को ध्यान में रखकर होंगी। हम सभी इसके प्रति जिम्मेदार हैं।

अमेजन की कमाई कहां से होती है?



स्रोतः स्टैटिस्टा, आंकड़े वर्ष 2019 के

कैसे बढ़ती गई अमेजन

ऑनलाइन किताब बेचने से शुरुआत हुई थी

अमेजन ने 1995 में किताब बेचने से शुरुआत की थी। हालांकि कंपनी की स्थापना 1994 में हो गई थी। जुलाई 1994 में जेफ बेजोस ने कैडब्रा (Cadabra) नाम की कंपनी रजिस्टर्ड करा ली थी। लेकिन बाद में इसके नाम के उच्चारण में लोगों को परेशानी हुई। ऐसे में बेजोस ने नया नाम सोचना शुरू किया। नवंबर 1994 में बेजोस ने अमेजन नाम को रजिस्टर करा लिया और 16 जुलाई 1995 को अमेजन डॉट कॉम नाम की नई वेबसाइट लॉन्च कर दी। यहां ऑनलाइन किताबों को खरीदा जा सकता था।

बेजोस की सोच : कंपनी का नाम ऐसा हो कि उसके विशाल आकार का पता लगे

संकल्प : ठान लिया था-कंपनी बड़ी ही बनेगी

जब कंपनी का नाम रखना हुआ तो बेजोस की शर्त थी कि नाम का पहला अक्षर A से होना चाहिए क्योंकि यह अक्षर अंग्रेजी वर्णमाला का नेतृत्व करता है। उनकी दूसरी शर्त थी कि नाम से महसूस हो कि कंपनी दुनिया की सबसे बड़ी कंपनी है। जबकि यह बात 1994-95 की है, तब उन्हें बिजनेस की दुनिया में कोई नहीं जानता था। उनकी दूसरी शर्त थी कि नाम ऐसा हो, जिससे कंपनी का विशाल आकार पता चले। तमाम जद्दोजहद के बाद उन्होंने नाम अमेजन रखा, जो एक नदी के नाम पर है। अमेजन वॉटर डिस्चार्ज के आधार पर दुनिया की सबसे बड़ी नदी है।

दूरदर्शिता : ऑनलाइन शॉपिंग का तब सोचा जब लोग ई-मेल तक नहीं जानते थे

जैफ बेजोस हमेशा से कंप्यूटर और तकनीक में भरोसा करते रहे हैं। बेजोस दूरदर्शी इतने हैं कि 1990 के दशक की शुरुआत में ही ठान लिया था कि वो इंटरनेट के माध्यम से कोई बड़ा व्यवसाय करेंगे। वर्ष 1993-94 के आसपास उन्होंने पाया कि एक ही वर्ष में इंटरनेट के उपयोग में 2300 फीसदी बढ़ोतरी हुई है। उन्हें तब ही महसूस हो गया कि लोग अब इंटरनेट के माध्यम से शॉपिंग करेंगे। जबकि उस समय विश्व में बड़ी आबादी ई-मेल भी नहीं करना जानती थी।

तैयारी : 20 उत्पादों की सूची बनाई, खुद से सवाल किया- आखिर शुरुआत कैसी होनी चाहिए?

उस समय सबसे बड़ा सवाल था कि इंटरनेट पर कौन-सा व्यवसाय किया जाए। कोई उनकी सहायता भी नहीं कर पा रहा था। उन्होंने बीस उत्पादों की एक सूची बनाई और खुद से सवाल करने लगे कि इसमें से कौन-सा व्यवसाय वे अच्छे से कर सकते हैं। इसमें कंप्यूटर सॉफ्टवेयर, कपड़े, किताबें और ऑफिस एसेसरीज आदि थीं। अंत में उन्होंने किताब बेचने से शुरुआत की। बेजोस का तर्क था कि किताब लोग ऑनलाइन मंगवा लेंगे, क्योंकि किताब खरीदते समय पाठक को उसे पूरी तरह देखना जरूरी नहीं है। पाठक को केवल किताब के लेखक का नाम और टाइटल पता होना चाहिए।

भरोसा : अच्छी नौकरी छोड़ी, मन की सुनी

बात 1994 की है। जेफ बेजोस उस समय नए बिजनेस की उधेड़बुन में थे। वे उन दिनों वॉल स्ट्रीट की एक निवेश फर्म डीई शॉ एंड कंपनी में फाइनेंशियल एनालिस्ट और सीनियर वाइस प्रेसिडेंट के पद पर काम करते थे। जब किताब का बिजनेस करना तय हो गया तो उन्होंने अपने बॉस डेविड शॉ को नौकरी छोड़ने की जानकारी दी। शॉ बेजोस को छोड़ना नहीं चाहते थे। वे उन्हें लेकर एक पार्क में टहलने चले गए। उन्होंने बेजोस को समझाया कि वे अभी जल्दबाजी कर रहे हैं। उन्होंने कहा कि तुम्हारे पास बहुत अच्छी नौकरी और वेतन है। अभी जोखिम मत उठाओ। बेजोस ने जब मां जैकी को बिजनेस के बारे में बताया तो उन्होंने इसका विरोध किया। कहा- किताबों का काम तो वीकेंड पर भी किया जा सकता है, इसमें नौकरी क्यों छोड़ना। लेकिन बेजोस अपनी धुन के पक्के थे, उन्हें खुद पर भरोसा था।

क्या आपको पता है : अमेजन शुरू करने का प्लान एक कार में बना था

अमेजन का नाम पहले रेलेंटलेस था

अमेजन का नाम रखने के लिए बेजोस ने अपने साथियों के साथ मिलकर लंबा चौड़ा मंथन किया था। बेजोस और पत्नी मैकेंजी ने कई नाम पसंद किए थे जैसे- MakeItSo.com, Arad.com, Awake.com, BookMall.com, Relentless.com आदि। रेलेंटलेस डॉट कॉम को तो जेफ बेजोस ने रजिस्टर्ड भी करवा लिया था। आज भी अगर आप www.Relentless.com पर जाएंगे तो वहां से आप सीधे अमेजन की वेबसाइट पर ही पहुंच जाएंगे।

अमेजन एक गराज में शुरू हुई थी

अमेरिका का सिएटल उस समय टेक्नोलॉजी हब था। इसलिए बेजोस ने यहीं से कंपनी शुरू करने की ठानी। यहां उन्होंने तीन कमरों वाला एक मकान किराए पर ले लिया और पत्नी मैकेंजी के साथ रहने लगे। इस मकान में ही गराज था। बेजोस ने गराज से ही बिजनेस शुरू किया। वो शुरू में फालतू पैसा नहीं खर्च करना चाहते थे। इस तरह मकान नंबर 10704 का गराज दुनिया की सबसे बड़ी ऑनलाइन शॉपिंग कंपनी का पहला दफ्तर बना।

बेजोस ने कहा था, सफल होने का चांस 70 फीसदी है

बेजोस को नया बिजनेस शुरू करने के लिए एक अच्छे प्लान की जरूरत थी। काफी कुछ तैयारी पहले से थी लेकिन कोई पुख्ता प्लान नहीं बनाया था। वे

उस समय पत्नी के साथ न्यूयॉर्क से सिएटल का सफर कार से कर रहे थे। रास्ते में उन्होंने लैपटॉप पर ही बिजनेस प्लान बना डाला था। बेजोस ने अपने परिवार को पहले ही बता दिया था कि बिजनेस सफल होने के चांस 70 फीसदी हैं। बावजूद इसके उन्होंने बेजोस की कंपनी में पैसा लगाया। उनकी मां का कहना था कि हमें व्यवसाय नहीं बेजोस पर भरोसा है।

एक साल में 18 से 105 डॉलर पहुंच गया था शेयर

अमेजन ने 1997 में अपना आईपीओ लाने की घोषणा कर दी थी। शुरुआत में कंपनी ने शेयर की कीमत 18 डॉलर तय की थी। इससे 5.4 करोड़ डॉलर जमा करने का निर्णय लिया गया था। कंपनी के प्रॉस्पेक्टस में सफलता का प्रतिशत 70 बताया गया था। लेकिन निवेशकों को बेजोस की योग्यता पर 100% भरोसा था। ऐसे में आईपीओ सफल रहा। आईपीओ के एक साल के बाद बाजार में अमेजन के शेयर की कीमत 105 डॉलर हो चुकी थी।

एक आश्चर्यजनक कहानी

अपने छोटे से बुक स्टोर को बेजोस ने दुनिया के सबसे बड़े स्टोर के रूप में स्थापित किया

ये बात उन दिनों की है जब सिएटल में अमेजन ने शुरुआत की थी। बेजोस को कंपनी के लिए कुछ कर्मचारियों की जरूरत थी। कफान और डेविस अमेजन के पहले दो कर्मचारी बने। दोनों पेशे से इंजीनियर थे। कंपनी की तीसरी कर्मचारी उनकी पत्नी मैकेंजी बनी। मैकेंजी उस समय कंपनी के टेलीफोन और सेक्रेट्रियल काम को संभालती थीं। बेजोस ने ऑनलाइन बुक सेलिंग के लिए एक सप्ताह की ट्रेनिंग ली। इस तरह एक गराज से एक कंप्यूटर, दो इंजीनियर और पत्नी के साथ बेजोस ने बिजनेस शुरू किया। तब बेजोस ने बुक सेलिंग के लिए एक सॉफ्टवेयर खरीदा।

युवा जेफ

कुछ ही समय में बेजोस ने अपने सिस्टम में 10 लाख किताबों का आंकड़ा जमा कर लिया। अब बेजोस ने अपनी मार्केटिंग के लिए अमेजन को धरती का सबसे बड़ा बुक स्टोर कहना शुरू कर दिया। इसका लगभग सभी वितरकों ने विरोध किया। उनका तर्क था कि किताबों के स्टोर की दृष्टि से देखा जाए तो अमेजन धरती का सबसे छोटा बुक स्टोर है। लेकिन एक छोटे से अंतर ने बेजोस को बड़ा कर दिया था। दरअसल बेजोस भी बाकी दुकानदारों की तरह वितरकों या प्रकाशकों से किताबें लेकर बेचते थे, लेकिन अमेजन में एक सुविधा यह थी कि यहां पर लाखों टाइटल में से मनचाहा टाइटल सॉफ्टवेयर के माध्यम से तुरंत खोजा जा सकता था।

शुरुआत में तो अमेजन के पास कोई विशेष स्टॉक नहीं होता था। जैसे ही किसी पुस्तक का ऑर्डर मिलता तुरंत वितरकों से 50 फीसदी कमीशन के आधार पर पुस्तक खरीदी जाती और ग्राहकों को भेजी जाती। इसमें कई बार एक सप्ताह से ज्यादा का समय लग जाता था। यदि कोई किताब ऑउट ऑफ स्टॉक होती तो व्यवस्था में महीनों लग जाते। तब किताबों की पैकिंग आदि का काम रात में गराज में बैठकर स्वयं बेजोस और उनकी पत्नी करती थीं। यहां तक कि बंडलों को डाकघर ले जाने और ग्राहकों को भेजने का काम भी बेजोस ही करते थे। उस समय पैकिंग के लिए मेज तक नहीं थी। कर्मचारी घुटनों के बल बैठकर पैकिंग का काम करते थे।

तरक्की का सफर

1995
जुलाई में अमेजन ने अपनी पहली किताब बेची थी। इसके बाद से कंपनी ने पीछे मुड़कर नहीं देखा।

10.70
बिलियन डॉलर पहुंच गई थी अमेजन की सालाना बिक्री एक दशक के अंदर ही। जो उसके निकटतम प्रतिद्वंद्वी से 3 गुना अधिक थी।

1998
अक्टूबर में अमेजन अमेरिका से बाहर निकलकर ब्रिटेन और जर्मनी में अपनी वेबसाइट लॉन्च कर चुकी थी। वह दुनिया में तेजी से पैर पसार रही थी।

1999
में अमेजन दुनिया की सबसे बड़ी ऑनलाइन सेल प्लेटफॉर्म बनी। दशक के अंत तक वह डीवीडी आदि भी बेचने लगी। बाद में इलेक्ट्रॉनिक्स, खिलौने और किचन के सामान जुड़े।

2000
नवंबर में अमेजन ने मार्केट प्लेस लॉन्च किया। जहां थर्ड पार्टी सेलर अपने उत्पाद बेच सकते थे।

2005
में अमेजन ने सामानों की शिपिंग तेज करने के लिए अमेजन प्राइम सर्विस शुरू की। वीडियो और म्यूजिक स्ट्रीमिंग इसकी बड़ी ताकत बनी।

2006
मार्च में अमेजन वेब सर्विस शुरू हुई। आज अमेजन क्लाउड सर्विस से अच्छा पैसा कमा रही है।

2007
में अमेजन ने अपना पहला कंज्युमर प्रोडक्ट किंडल लॉन्च किया। जो काफी हिट रहा। बाद में कंपनी ने अपना स्मार्ट स्पीकर द इको स्पीकर भी लॉन्च किया, जिसमें उसकी खुद की एआई सिस्टम एलेक्सा लोगों को मिली।

2013
दिसंबर में बेजोस ने पहले प्रोटोटाइप डिलिवरी ड्रोन्स का अनावरण किया। जून 2014 में फायर फोन लॉन्च किया।

2018
में अमेजन प्राइम के 10 करोड़ से ज्यादा पेड सब्सक्राइबर हो गए। यह दुनिया में नेटफ्लिक्स के बाद दूसरी सबसे बड़ी सर्विस हो गई।

अमेजन का वर्क कल्चर

बेजोस की सख्ती का एक किस्सा

बेजोस किसी भी काम में कोताही नहीं चाहते थे। उस समय के एक कर्मचारी को शुरुआती आठ माह में बहुत ही ज्यादा काम करना पड़ रहा था। वो देर रात को घर जाते थे और सुबह ही फिर ऑफिस पहुंच जाते थे। इस व्यस्तता के बीच वो अपने घर के पास ही अपनी कार को पार्क कर भूल गए थे। वो अपने पर्सनल ई-मेल और चिट्ठियों को भी नहीं पढ़ पा रहे थे। बाद में उन्हें चालान की कई पर्चियां मिलीं और जानकारी मिली कि उनकी कार नीलामी के लिए ले जाई जा चुकी है। अमेजन में आज भी आए दिन बेजोस की सख्ती के किस्से सुनने को मिलते रहते हैं।

टू पिज्जा टीम का कॉन्सेप्ट

वर्ष 2002 की शुरुआत में बेजोस टू-पिज्जा टीम कॉन्सेप्ट लेकर आए। उन्होंने हर प्रोजेक्ट, टास्क के लिए 10 लोगों से कम की टीम बनानी शुरू कर दी। यानी टीम इतनी छोटी कि दो पिज्जा में पेट भर जाए। इन्हें सख्त लक्ष्य दिया जाता था और इसी के आधार पर इनकी सफलता मापी जाती थी। कई कर्मचारियों को बेजोस का यह कॉन्सेप्ट पसंद नहीं आता था। बेजोस अक्सर कर्मचारियों पर बुरी तरह चिल्ला देते थे। कहा जाता है कि अपनी इस आदत को सुधारने के लिए उन्होंने एक लीडरशिप कोच की भी मदद ली।

रोचक

इसे पढ़ेंगे तो बेजोस के दिमाग की दाद दिए बिना नहीं रहेंगे

- अपने शुरुआती दिनों में अमेजन के पास स्टॉक नहीं होता था। वो ऑर्डर मिलने के बाद डिस्ट्रीब्यूटर से किताब खरीदते थे और ग्राहकों को भेजते थे। लेकिन डिस्ट्रीब्यूटर कम से कम 10 किताबों का ऑर्डर लेते थे। ऐसे में कई बार बेजोस को जो किताब खरीदनी होती थी उसके अलावा वे करीब 9 ऐसी किताबों के ऑर्डर देते थे, जो खुद डिस्ट्रीब्यूटर के पास नहीं होती थी। ऐसे में बेजोस को सिर्फ एक-दो किताब का पैसा देना पड़ता था।
- शुरुआत के दिनों में जब कोई किताब ऑर्डर करता था तो एक बेल बजती थी। ऐसे में जब भी ये बेल बजती तो सभी लोग जमा हो जाते थे और देखते थे कि क्या किताब खरीदने वाला उनका कोई परिचित तो नहीं। बाद में ये बेल दिनभर में इतनी बार बजती थी कि किसी को इसका ध्यान भी नहीं रहता था।

बेजोस का जीवन वाक्य : ग्राहक हमेशा सही होता है...

सबसे अच्छी ग्राहक सेवा वो है जिसमें ग्राहक को न आपसे संपर्क करना पड़े और न बात करनी पड़े। सेवा अपना काम चुपचाप करती रहे।

....

कंपनियां दो प्रकार की होती हैं। एक जो ज्यादा लाभ कमाना चाहती हैं और दूसरी जो कम लाभ कमाना चाहती हैं। हमारी कंपनी दूसरी श्रेणी में है।

....

हम केवल उन्हीं क्षेत्रों पर धन खर्च करते हैं जो हमारे ग्राहकों से जुड़े होते हैं।

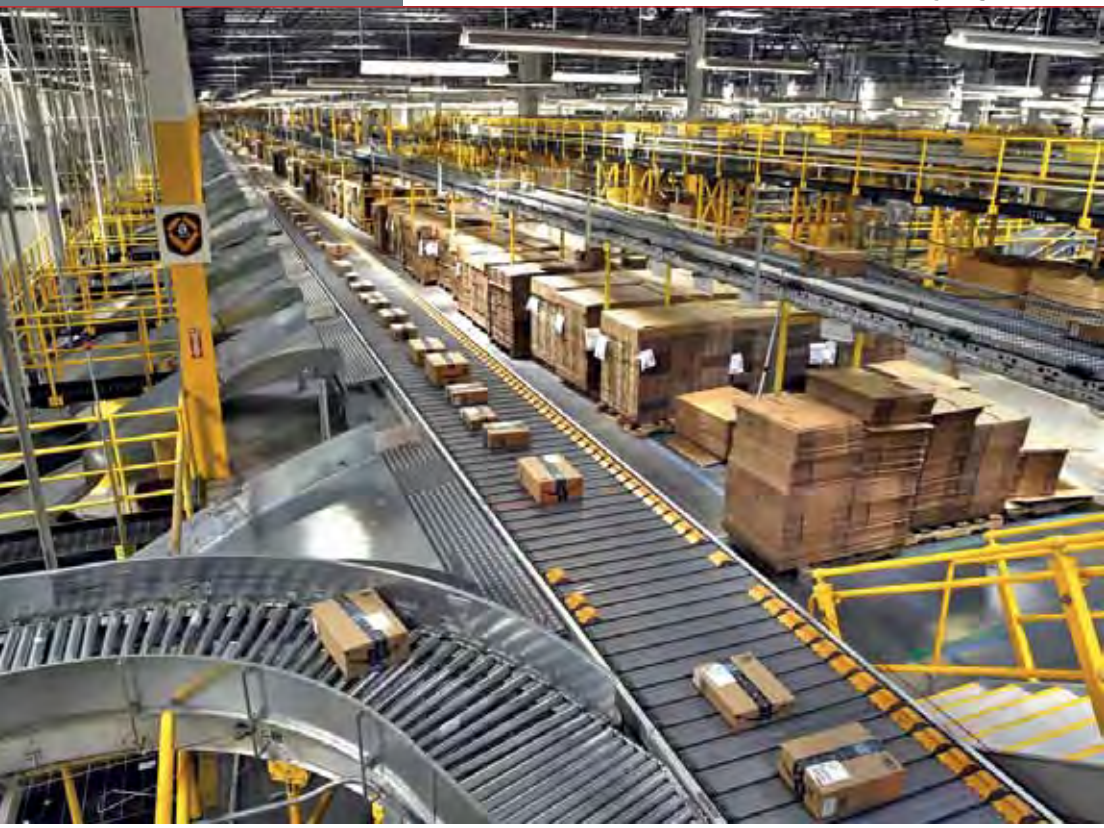
मुझे पता है कि यदि मैं असफल हो गया तो मुझे कोई अफसोस नहीं होगा, लेकिन अगर मैंने कोशिश नहीं कि तो मुझे जरूर अफसोस होगा।

....

जो व्यवसाय आप कर रहे हैं, यदि उसके बारे में सब कुछ नहीं जानते हैं तो विश्वास कीजिए कि आप असफल होने की ओर बढ़ रहे हैं।

....

हम ग्राहकों को पार्टी में आमंत्रित मेहमान मानते हैं और खुद को उनका मेजबान।



अमेजन की मार्केट स्थिति

▪ मार्केट कैप (21 सितंबर, 2020, ट्रिलियन डॉलर में)	1.48
▪ नेट प्रॉफिट (2019) बिलियन डॉलर	11.5
▪ रेवेन्यू (2019) बिलियन डॉलर	280
▪ कर्मचारी	9,35,000

Google

अतीत की सफलता को सफलता नहीं मानती गूगल

1996 तक लैरी पेज और सर्गेई ब्रिन के पास पैसों की बहुत कमी थी। कोई रास्ता नहीं मिल रहा था। ऐसे में स्टैनफोर्ड ने उस समय के मशहूर सर्च इंजन जैसे याहू और अल्टा विस्टा से गूगल को 10 लाख डॉलर में खरीदने का प्रस्ताव दिलवाया। लेकिन दोनों ने कंपनी बेचने से मना कर दिया। उन्हें खुद पर भरोसा था। आज गूगल को टेक्नोलॉजी का ईश्वर तक कहा जाता है।

वो सोच, जिसने गूगल को आगे बढ़ाया

याहू का ऑफर ठुकरा दिया था

याहू ने गूगल की खामियां गिनाते हुए कहा था- ये सर्च इंजन ठीक नहीं है। हम यूजर्स को साइट पर देर तक रोकना चाहते हैं। ताकि वे ध्यान से विज्ञापन देखें। जबकि, गूगल तो अपने होमपेज पर कभी भी विज्ञापन नहीं लेती। एक कंपनी ने तो यहां तक कहा कि अगर इन दोनों को खुद पर इतना ही भरोसा है तो ये पीएचडी छोड़कर अपना बिजनेस क्यों शुरू नहीं करते हैं।

मुनाफा कमाने की मत सोचो, पहले ग्राहकों की सोचो

सितंबर 1998 के अंत में लैरी और सर्गेई ब्रिन ने स्टैनफोर्ड में गूगल का ट्रायल दिया। अपने सर्च इंजन से दूसरे उपलब्ध इंजनों की तुलना की। बाद में पीएचडी कार्यक्रम से अवकाश लेकर एक दोस्त के गराज में किराए पर वर्कशॉप शुरू किया। इसी वर्ष गूगल का नाम 100 सबसे बेहतर वेबसाइट और सर्च इंजन की सूची में आ गया। खर्च बढ़ रहा था, लेकिन कमाई नहीं हो रही थी। एक बार तो दोनों ने सर्च इंजन को बेचने का असफल प्रयास भी किया। लोगों ने कहा कि कंपनी को पब्लिक कर धन जुटा लीजिए, लेकिन गोपनीयता भंग होने के डर से शुरुआत में ऐसा नहीं किया। दोनों सिर्फ यूजर्स को ध्यान में रखकर काम करते रहे।

काम का तरीका न बदले इसलिए तैनात किया एक अधिकारी

लैरी और सर्गेई दोनों को यह डर था कि जब गूगल का आईपीओ आएगा तो इसमें गोपनीयता भंग हो जाएगी। अगस्त 2004 में आईपीओ आया तो बाजार में भारी उछाल आया। लोगों को संदेह हुआ कि इस आईपीओ के बाद कंपनी की कार्यप्रणाली बदल जाएगी। निवेशकों ने भी ऐसा संदेह जाहिर किया। ऐसे में लैरी और सर्गेई ने एक रिपोर्ट जारी कर सभी को आश्वासन दिया कि कंपनी की कार्यप्रणाली में कोई बदलाव नहीं आएगा। इसके लिए बाकायदा उन्होंने एक चीफ कल्चरल ऑफिसर नियुक्त किया। उसे जिम्मेदारी दी गई कि वह कंपनी के मिशन और सिद्धांत को विकसित करे और उन पर कोई असर नहीं पड़ने दे।

गूगल हमारी जिंदगी का हिस्सा कैसे बनी

लगातार नए-नए उत्पाद व सेवाएं देती रही

आमतौर पर जब कोई कंपनी सफल हो जाती है तो वो उसी उत्पाद पर ध्यान क्रेंदित कर खुद का विस्तार करती है। लेकिन गूगल ऐसी कंपनियों से अलग है। वो लगातार नए-नए प्रोजेक्ट्स शुरू करती है। लगभग हर तीन महीने में गूगल का कोई न कोई उत्पाद या सेवा बाजार में आ जाती है, जो मशहूर हो जाती है। ये ऐसे उत्पाद होते हैं, जो हमारे जीवन को सरल बना देते हैं।

उसने अधिकांश सेवाएं ग्राहकों को मुफ्त दी

यह चौंकाने वाली बात ही है कि गूगल की अधिकांश सेवाएं ग्राहकों के लिए मुफ्त में उपलब्ध हैं, लेकिन वो दुनिया की सबसे ज्यादा कमाई वाली कंपनियों में शुमार है। गूगल का एक कंपनी के तौर पर मानना है कि अतीत की सफलता कोई सफलता नहीं होती, हमेशा आगे बढ़ते रहो। गूगल अपने उत्पाद का प्रचार भी बहुत नहीं करती। न ही ग्राहकों से राय लेती है।

इस तरह काम किया, कोई गूगल बिना न रह पाए

गूगल को कोई गूगल बाबा तो कोई गूगल देवता कहता है। गूगल खुद भी इसी विचार के साथ काम करती है। उसका मानना है कि ग्राहकों के जीवन का ऐसा हिस्सा बन जाओ कि वो आपके उत्पाद के बगैर नहीं रह सकें। एक बार लैरी पेज ने कहा था कि 'फिलहाल हमारा दुनिया जीतने का कोई इरादा नहीं है'। हालांकि बाद में उन्होंने दुनिया को जीत कर दिखाया।

तरक्की का सफर

1996
जनवरी में स्टैनफोर्ड यूनिवर्सिटी में पढ़ने वाले लैरी पेज और सर्गेई ब्रिन ने इंटरनेट सर्च को व्यवस्थित करने का एक प्रोजेक्ट शुरू किया। पहले इसका नाम बैकरब था, जो बाद में गूगल हुआ।

1998
अगस्त में पहली फंडिंग आई। एक लाख डॉलर की पहली फंडिंग सन माइक्रोसिस्टम के एंडी बेकटोलशीम ने की। अमेजन के मालिक जेफ बेजोस भी गूगल के शुरुआती निवेशकों में से हैं।

1998
सितंबर में गूगल स्टैनफोर्ड यूनिवर्सिटी से निकलकर अपने पहले ऑफिस में गई। ये उनके दोस्त का एक गैराज था। कंपनी ने गूगल.कॉम का डोमेन खरीदा और अधिकारिक रूप से काम करना शुरू किया।

2000
अक्टूबर में गूगल ने विज्ञापन की दुनिया बदलकर रख दी। कंपनी गूगल एडवर्ड्स कार्यक्रम के तहत विज्ञापन देने लगी। ये ऐसी सेवा बनी, जिसकी मदद से गूगल सबसे अमीर कंपनियों में शामिल हुई।

2004
में कंपनी ने अपनी वेबमेल सर्विस जी-मेल शुरू की। यह बहुत तेजी से प्रसिद्ध हुई, क्योंकि यह ग्राहकों को फ्री स्टोरेज देती थी, वो भी काफी बड़ा। इसी साल अगस्त में कंपनी आईपीओ ले आई।

2005
अप्रैल में कंपनी ने गूगल मैप लॉन्च किया। इसी साल जुलाई में मात्र 5 करोड़ डॉलर खर्च करके स्मार्टफोन सॉफ्टवेयर कंपनी एंड्रॉयड को खरीदा। बाद में यह गूगल के लिए बड़ा फायदा साबित हुआ।

यू ट्यूब, प्ले स्टोर... सब जगह गूगल

2006

में गूगल ने यू-ट्यूब को 1.65 बिलियन डॉलर में खरीदा। इससे वीडियो और म्यूजिक का नया दौर शुरू हुआ। यह एक क्रांतिकारी कदम था। आज गूगल की आय में यू-ट्यूब का बड़ा हिस्सा है।

2008

सितंबर में गूगल ने अपना इंटरनेट ब्राउजर क्रोम लॉन्च किया। इसने माइक्रोसॉफ्ट के इंटरनेट एक्सप्लोरर को चुनौती दी। इसी माह गूगल ने अपना एंड्रॉयड ऑपरेटिंग सिस्टम भी लॉन्च कर दिया।

2011

मार्च में एंड्रॉयड अमेरिका में सबसे ज्यादा इस्तेमाल किए जाने वाला स्मार्टफोन ओएस बन गया। एक ऐसा ऑपरेटिंग सिस्टम हिट हो रहा था, जिसे करीब 27 माह पहले कोई नहीं जानता था।

2015

अगस्त में गूगल एक नई कंपनी में परिवर्तित हो गई, जिसका नाम अल्फाबेट है। इस नई पैरेंट कंपनी में नेस्ट, गूगल एक्स और गूगल जैसी कंपनियां है। गूगल के नए सीईओ सुंदर पिचई बने।

2018

फरवरी में गूगल की वार्षिक सेल 100 बिलियन डॉलर पहुंच गई। यह गूगल के बीस वर्षों के इतिहास में पहली बार था।

गूगल का मशहूर 20% टाइम फॉर्मूला

कर्मचारी अपने कार्य समय का 20 फीसदी हिस्सा पसंद के काम पर लगा सकते हैं

गूगल कंपनी दुनियाभर में अपने शानदार वर्क कल्चर के लिए जानी जाती है। कर्मचारियों को खाने-पीने से लेकर सोने तक की सुविधा ऑफिस में दी जाती है। वहीं सबसे अहम बात यह है कि इंजीनियर्स को यह छूट दी जाती है कि वे अपने कार्य समय का 20 फीसदी हिस्सा अपनी मनपसंद तकनीक या उत्पाद के विकास में लगा सकते हैं। इस समय में उनकी कंपनी के प्रति कोई जवाबदेही नहीं होती है। जबकि वे कंपनी के संसाधनों का पूरा इस्तेमाल कर सकते हैं। इसे गूगल का मशहूर '20 परसेंट' टाइम कहा जाता है।

मालिकों को सिर्फ काम से मतलब, चकाचौंध से दूर

लैरी पेज और सर्गेई ब्रिन दोनों को पब्लिक रिलेशन और मार्केटिंग जैसे शब्दों से चिढ़ है। 2008 में एक बार लैरी ने अपने पब्लिक रिलेशन विभाग से यहां तक कह दिया था कि वे सालभर में केवल आठ घंटे ही पब्लिक रिलेशन के लिए दे सकते हैं। इसमें प्रेस कॉन्फ्रेंस, भाषण, इंटरव्यू आदि के लिए समय शामिल था। दोनों को ही सिर्फ काम से मतलब है। ये अपने कर्मचारियों से भी यही चाहते हैं। गूगल की मूल सोच है कि किसी भी काम के लिए आपका डेस्क पर होना जरूरी नहीं है। बस आप अपना काम समय पर करते रहिए।

फेल होने से नहीं घबराती गूगल, हमेशा नए विचार, नए प्रयोगों का स्वागत करती है

गूगल हेल्थ, गूगल के नेक्सस टैबलेट, ऑर्कुट, इनबॉक्स, गूगल ग्लास और गूगल आन्सर आदि ऐसे प्रोजेक्ट हैं, जो सफल नहीं हो पाए, लेकिन गूगल ने कभी इसकी बहुत चिंता नहीं की। कंपनी लगातार नए प्रयोगों में लगी रही। कंपनी का मानना है कि हर असफलता कुछ ना कुछ सिखाती है। एक कार्यक्रम में कंपनी ने बताया कि वे बलून से इंटरनेट देने की योजना पर काम कर रहे थे, जिसे अब प्रोजेक्ट लून के नाम से जाना जाता है। शुरुआत के प्रयोगों में जिस सामग्री से बलून बनाया गया था, वह ठीक नहीं था। इसलिए बलून ऊपर जाते ही फट जाता था। हालांकि इंजीनियर को पता था कि ये मैटेरियल सही नहीं है। फिर भी उन्होंने बेहतर तरह से चीजों को समझने के लिए जानबूझकर बलून में उस मटेरियल का इस्तेमाल किया।

रोचक कहानी

जब फंडिंग का पहला चेक मिला, उसके बाद गूगल इंक के नाम से खाता खुला था

शुरुआती दिनों में लैरी और सर्गेई

लैरी पेज ने स्टैनफोर्ड यूनिवर्सिटी में प्रवेश लिया था और तब सर्गेई ब्रिन स्टैनफोर्ड में पहले से पढ़ रहे थे। सर्गेई को नए छात्रों को स्टैनफोर्ड परिसर घुमाने की जिम्मेदारी मिली थी, क्योंकि वे स्वभाव से मिलनसार, स्मार्ट थे। उन्हें समूह में रहना पसंद था। लैरी भी नए छात्रों के समूह में थे। सर्गेई उम्र में लैरी से छोटे थे, लेकिन स्टैनफोर्ड की स्नातक स्तर की सभी परीक्षाएं पास करके पीएचडी में दाखिला लिया था। शुरुआत में लैरी को सर्गेई पसंद नहीं आए थे, क्योंकि वे बेहद वाकपटु थे। हालांकि धीरे-धीरे लैरी को पता चला कि सर्गेई भी उनकी तरह चीजों के बारे में मजबूत राय रखते हैं। दोनों की दोस्ती स्टैनफोर्ड में मशहूर हो गई। लोग उन्हें अलग-अलग नाम से बुलाना भूल गए। जब भी उनकी बात होती लोग लैरी एंड सर्गेई कहते।

दोनों ने अपना ऑफिस भी एक ही कमरे में बनाया। दोनों दिन रात मेहनत करते। उन दिनों दोनों के पास पैसों की बहुत कमी थी। ऐसे में भी उन्होंने अपने होम पेज को सादा और साफ रखा। क्योंकि वे किसी आर्टिस्ट या डिजाइनर की सेवाएं नहीं लेना चाहते थे। वक्त के साथ आंकड़ों और सर्च की संख्या बढ़ती जा रही थी तो दोनों को अधिक कंप्यूटरों की जरूरत महसूस होने लगी थी।

पार्ट्स् लाकर कंप्यूटर असेंबल किए

वे पैसों की कमी की वजह से कंप्यूटर नहीं खरीद पा रहे थे, ऐसे में उन्होंने पार्ट्स लाकर कंप्यूटर असेंबल करना शुरू कर दिया। उन्होंने इससे पहले स्टैनफोर्ड की डिजिटल लाइब्रेरी पर काम किया था, ऐसे में लाइब्रेरी ने उन्हें 10 हजार डॉलर की मदद की। दोनों ने अपने कमरों को सस्ते कम्प्यूटरों से भर दिया था। लैरी के एक प्रोफेसर डेविड चेरीटन ने उन्हें सिलिकॉन वैली में सन माइक्रोसिस्टम के सह संस्थापक एंडी बेख्टोलशीम से मिलने की सलाह दी।

अगस्त 1998 में दोनों प्रोफेसर चेरीटन के साथ एंडी के घर सुबह-सुबह पहुंच गए। एंडी ने प्रोजेक्ट की डिटेल सुनते ही दोनों को एक लाख डॉलर का चेक दे दिया। चेक पर कंपनी का नाम गूगल इंक लिखा था। तब तक उन्होंने इस नाम से कंपनी रजिस्टर भी नहीं करवाई थी। इसके बाद कंपनी का नाम गूगल इंक के नाम पर रजिस्टर्ड हुआ। इसी नाम से खाता खोलकर चेक लगाया गया।

गूगल की वैल्यू

कोई कंपनी गूगल होमपेज पर एड नहीं दे सकती

गूगल का होम पेज बेहद साफ-सुथरा है। शुरुआत में इसे डिजाइनर न मिलने के कारण बेहद सादा रखा गया था, लेकिन बाद में यह यूजर्स को बहुत ज्यादा पसंद आया। गूगल ने यूजर्स की इस भावना को समझा और कभी भी अपने होमपेज पर विज्ञापन आदि नहीं लिया। जबकि आज दुनिया की चुनिंदा कंपनियां करोड़ों खर्च कर गूगल के होमपेज पर विज्ञापन दे सकती हैं। लेकिन गूगल इसके लिए कभी तैयार नहीं हुई।

लैरी पेज-सर्गेई ब्रिन के ध्येय वाक्य

किसी आइडिया पर काम करने के लिए जरूरी नहीं कि आपके पास 100 लोगों की टीम हो।

•••

ज्ञान हमेशा अच्छा होता है और निश्चित रूप से अज्ञानता से बेहतर होता है।

•••

अगर आप बहुत बड़ा सोचते हैं तो असफल होने की उम्मीद छोटी हो जाती है।

•••

अगर आप दुनिया बदलने पर काम कर रहे हैं तो आप सबसे जरूरी चीज पर काम कर रहे हैं, इससे आप सुबह उठने के लिए उत्साहित रहते हैं।

जीवन में हमेशा बहुत ज्यादा नियम-कायदे इनोवेशन को रोकते हैं।

•••

लोग आपसे जितनी उम्मीद रखते हैं, हमेशा उससे ज्यादा करके दिखाइए।

•••

अगर आप कुछ ऐसा नहीं कर रहे हैं, जो थोड़ा पागलपन जैसा है, तो मानिए आप गलत कर रहे हैं।

•••

अगर जीवन में हमारे लिए प्रेरणा का मतलब पैसा होता तो शायद हम अपनी कंपनी को कभी का बेचकर किसी समुद्री बीच पर आराम कर रहे होते।

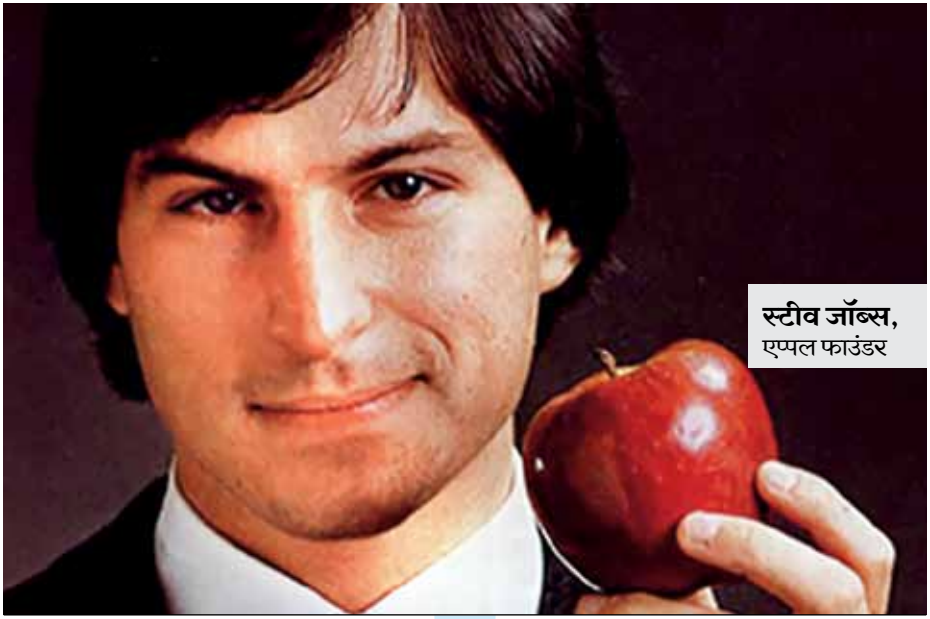
अल्फाबेट (गूगल) की स्थिति

▪ मार्केट कैप (21 सितं 2020 बिलियन डॉलर में)	975.66
▪ नेट प्रॉफिट (2019) बिलियन डॉलर	34.3
▪ रेवेन्यू (2019) बिलियन डॉलर	161.8
▪ कर्मचारी	9,98,811

APPLE INC.

वो कंपनी जिसके पास 15.5 लाख करोड़ रूपए कैश है

एप्पल की स्थापना 1 अप्रैल 1976 को स्टीव जॉब्स, स्टीव वॉजनियाक ने मिलकर की थी। एप्पल रेवेन्यू के लिहाज से दुनिया की सबसे बड़ी टेक्नोलॉजी कंपनी है। यह मोस्ट वैल्यूबल कंपनियों में से भी एक है। स्टैटिस्टा के अनुसार- एप्पल ने 2019 में 260 बिलियन डॉलर का रेवेन्यू अर्जित किया है। एप्पल के पास 207 बिलियन डॉलर का कैश रिजर्व (करीब 15.5 लाख करोड़ रु.)है। जो दुनिया में सर्वाधिक है।



स्टीव जॉब्स,
एप्पल फाउंडर

आप एप्पल को पसंद करते हैं तो स्टीव जॉब्स के जीवन के ये दो किस्से जानना जरूरी है

12 जून 2005 को स्टीव जॉब्स ने स्टैनफोर्ड यूनिवर्सिटी में इसके बारे में बताया था। पढ़िए स्टीव की जुबानी-

1. मैं जमीन पर सोता था, 5 सेंट में खाली बोतल बेचकर खाने के पैसे जुटाता था

मेरी मां ने मुझे गोद दे दिया था। लेकिन इस शर्त पर कि मुझे गोद लेने वाला परिवार मुझे कॉलेज जरूर भेजेगा। जब मुझे कॉलेज में दाखिला मिला तब मेरी उम्र 17 साल थी। माता-पिता का पूरा पैसा मेरी पढ़ाई में जा रहा था, मुझे इस बात का अहसास था। ऐसे में मैंने कॉलेज छोड़ दिया। मेरे पास रहने के लिए कोई कमरा नहीं था। दोस्त के कमरे में जमीन पर ही सो जाता था। कोक की खाली बॉटल 5 सेंट में बेचता था और उससे खाना खाता था। रविवार को अच्छा खाना मिले इसलिए सात मील चलकर हरे कृष्ण मंदिर जाता था। उस समय रीड कॉलेज कैलीग्राफी के लिए मशहूर था। मैंने सोचा मैं भी कैलीग्राफी की पढ़ाई करूं। मैंने शेरीफ और सैन शेरीफ टाइपफेस सीखे। दस साल बाद जब मैंने पहला मैकिनटोश कंप्यूटर डिजाइन किया तो खूबसूरत टाइपोग्राफी के साथ यह मेरा पहला कंप्यूटर था। अब सोचता हूं कि अगर मैंने कॉलेज नहीं छोड़ा होता, कैलीग्राफी नहीं सीखी होती तो शायद मैं आज जो हूं वो नहीं होता।

सीख : किसी भी विषम परिस्थिति में घबराना नहीं चाहिए। कई बार आपको लगता है कि आपके साथ गलत हो रहा है, लेकिन अंत में वो बेहतर साबित होता है।

2. मैं कंपनी से बाहर हुआ, लेकिन मेहनत से मैंने दोबारा कंपनी में वापसी की

मैंने अपने साथी वॉजनियाक के साथ मिलकर गराज से एप्पल की शुरुआत की थी। उस समय मैं 20 वर्ष का था। हमने अगले 20 साल जमकर मेहनत की। कंपनी आगे बढ़ी, लेकिन भविष्य को लेकर हमारा जो विजन था वो फेल हो गया। अपनी ही कंपनी से मुझे 30 साल की उम्र में बाहर कर दिया गया। मैं तनाव में था कि मेरी ही कंपनी से मुझे कैसे कोई बाहर कर सकता है। इसके पांच साल बाद मैंने नेक्स्ट नाम की कंपनी खड़ी की। इसके बाद पिक्सर कंपनी भी बनाई। ये दोनों कंपनियां इतनी सफल हुईं कि एप्पल ने नेक्स्ट को खरीद लिया। इस तरह मैं वापस एप्पल पहुंच गया। हमने ऐसी तकनीक बनाई, जिसने एप्पल को नया जीवन दिया।

सीख: जीवन में कई बार ऐसे पल आते हैं, जिसके बारे में आपने सोचा भी नहीं होता, लेकिन ऐसे में धैर्य रखें। जीवन में उद्देश्य रखें और आगे बढ़ते रहें।

मैनेजमेंट लेसन

क्या कहते और करते थे जॉब्स, जिनके कारण एप्पल ब्रैंड बना

खुद को व्यस्त रखें

वो कहते थे कि कर्मचारियों को ऑफिस आने के बाद खुद को हमेशा व्यस्त रखना चाहिए। अपनी आस्तीन मोड़िए और काम पर जुट जाइए।

कठिन फैसलों का सामना करें

हमेशा जोखिम लीजिए। मैंने हमेशा अपने जीवन में कठिन फैसले लिए और उनके परिणाम झेलने के लिए खुद तैयार भी रहा।

भावुक न हों

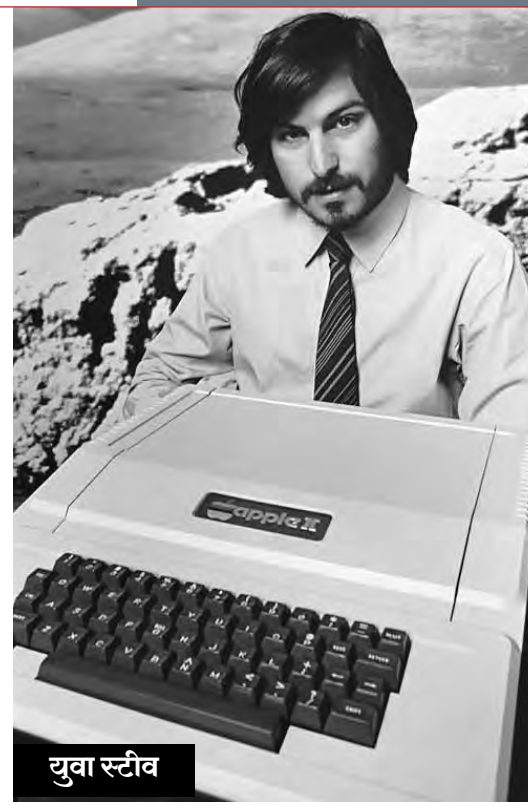
वे कहते थे आप जहां काम कर रहे हैं वहां की परेशानियों का शांत दिमाग से दूरदृष्टि के साथ आकलन करें। किसी भी फैसले को लेते समय ज्यादा भावुक न हों।

दृढ़ बने रहें

स्टीव जॉब्स कई बार फैसले लेने में समय लगा देते थे, लेकिन कोई भी फैसला जब वे ले लेते थे तो उसे बदलते नहीं थे। वे उस पर दृढ़ रहते थे। वो फैसला लेने के बाद खुद भी परवाह नहीं करते थे।

अनुमान मत लगाइए, आंकड़े पर भरोसा कीजिए

स्टीव जॉब्स फैसले करने में पर्याप्त समय इसलिए लगाते थे, क्योंकि वे उसके लिए सभी आवश्यक सूचनाएं और आंकड़े जुटाते थे। वे इन्हीं जानकारियों के आधार पर कोई फैसला करते थे। वे कभी भी अपने व्यक्तिगत अनुमानों पर निर्भर नहीं रहते थे।



युवा स्टीव

दूसरों की मदद लीजिए

स्टीव जॉब्स को जब भी जरूरत लगी उन्होंने दूसरों से मदद ली। यही कारण है कि उन्होंने बिल गेट्स की भी मदद ली, जबकि इससे पहले दोनों में काफी विवाद थे। वे रोजाना के काम और फैसलों में भी दूसरों की मदद लेने के पक्षधर रहे हैं। वे हमेशा काम के बोझ को साझा करते थे।

विशेषज्ञता को परखें

स्टीव जॉब्स अपने पास केवल उन्हीं कामों को रखते थे, जिनमें उनकी विशेषज्ञता होती थी। बाकी सभी कामों को अपने साथियों को सौंप देते थे। यही अपेक्षा वो अपने सह कर्मियों से भी रखते थे।

स्टीव जॉब्स कैसे काम करते थे?

स्टीव जॉब्स जहां भी रहे वहां अपनी भूमिका हमेशा तय की। जैसे एप्पल में काम के दौरान उन्होंने नए प्रोडक्ट्स के डेवलपमेंट, मार्केटिंग और प्रोडक्ट प्रेजेंटेशन स्पीच जैसे कामों को अपने पास रखा। जबकि जब वे पिक्सर में थे तो उन्होंने फिल्म डेवलपमेंट जैसी सभी जिम्मेदारियां अपने साथियों को दी हुई थीं। क्योंकि जॉब्स को फिल्म निर्माण का काम नहीं आता था, इसलिए वे इसमें दखल भी नहीं देते थे। वे मार्केटिंग के एक्सपर्ट थे तो उन्होंने पिक्सर में रहते हुए हॉलीवुड से जुड़े सौदों की जिम्मेदारी अपने पास रखी थी।

इनोवेशन

चाहे आईपॉड हो या आईफोन, जॉब्स ने हमेशा अपने प्रोडक्ट को इनोवेशल के स्तर पर बहुत ऊंचा रखा। यह उन्होंने तब से ही शुरू कर दिया था जब उन्होंने मैक बनाया था। आज यह एप्पल की संस्कृति बन चुका है।

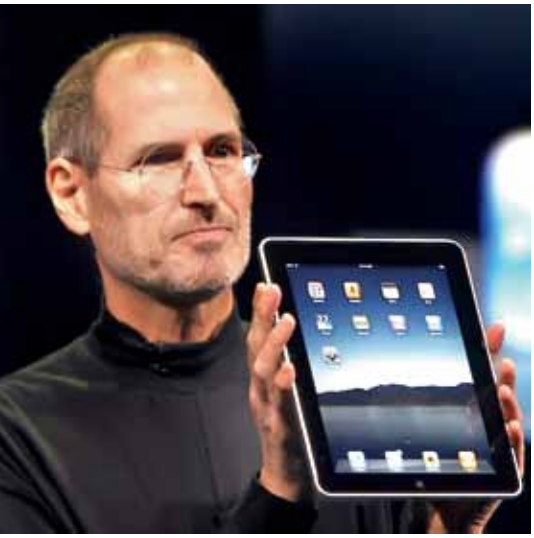
भव्य लॉन्चिंग

कंपनी जब भी नए उत्पाद लाती स्टीव जॉब्स खुद उसकी घोषणा करते। टेक कंपनियों के इतिहास में संभवतः कोई भी स्टीव जैसी लॉन्चिंग अपने प्रोडक्ट को नहीं दे पाया। वे इसके लिए हफ्तों तैयारी करते थे।

प्रोडक्ट मार्केटिंग

इसमें स्टीव गुरु थे। चाहे आईट्यून्स के ऑनलाइन प्लेटफॉर्म के लिए प्रमुख संगीत निर्माताओं से सौदा करना हो या डिज्नी के साथ पिक्सर की फिल्मों का सौदा, स्टीव को इन कामों में महारत हासिल थी। अपनी कंपनियों से जुड़े अधिकांश छोटे-बड़े सौदे खुद स्टीव जॉब्स ही करते थे।

एप्पल क्यों इतनी सफल कंपनी है?



खुद के लिए बनाते हैं प्रोडक्ट

दूसरी टेक कंपनियां कई बार ऐसी तकनीक पर काम करती हैं जिनमें उन्हें महारत नहीं होती है। इसमें कई बार वे ऐसे उत्पाद पेश करते हैं जिनके फीचर्स आम यूजर्स के ज्यादा काम के नहीं होते हैं। एप्पल में ऐसा कल्चर नहीं है। उनके इंजीनियर को यह बताया जाता है कि वे ऐसे उत्पाद बनाएं जो वे खुद इस्तेमाल करना चाहते हों। स्टीव जॉब्स जब जीवित थे तो एप्पल के पहले यूजर वे खुद ही थे। जॉब्स ही कंपनी में रियल कस्टमर थे। वे इंजीनियर को कहते थे कि ऐसे उत्पाद बनाओ जो पर्सनली आप खुद इस्तेमाल करना चाहो।

प्रोडक्ट ऐसा जो इस्तेमाल में बेहद आसान हो

कंपनी सिर्फ ऐसे प्रोडक्ट लॉन्च करती है जो इस्तेमाल में बेहद आसान हों। उनका मानना है कि जो उत्पाद इस्तेमाल में यूजर फ्रेंडली नहीं वो बेकार हैं। एप्पल ने इसे पहले दिन से अपनी संस्कृति में शामिल किया। यही कारण है कि एप्पल के उत्पादों का यूजर इंटरफेस डिजाइन बेहद सरल है। एप्पल में फीचर को सरल रखना खुद उत्पाद बनाने से भी ज्यादा जरूरी है।

ज्यादा विकल्प नहीं, ग्राहक आसानी से समझता है

एप्पल दूसरी टेक कंपनियों की तरह अपने उत्पादों का ज्यादा वर्जन लॉन्च नहीं करती है। उसके मॉडल सीमित संख्या में होते हैं। एप्पल स्टोर का स्टाफ भी अपने प्रोडक्ट को बेहतर तरीके से समझता है, इसलिए ग्राहकों को भी संतुष्ट कर पाता है। वहीं बाजार में कई कंपनियों के दर्जनों मॉडल आ जाते हैं और उनमें भी कई-कई वर्जन होते हैं। इसलिए वे अपनी पहचान नहीं बना पाते हैं।

वही उत्पाद बनाते हैं जो बनाना आता हो

एप्पल किसी भी ऐसे उत्पाद को लॉन्च नहीं करती है, जिसे बनाने में उसे महारत न हासिल हो। जबकि रोचक ये है कि पहले कमर्शियल कंप्यूटर को छोड़कर एप्पल ने कोई बड़ा प्रोडक्ट खुद ईजाद नहीं किया। जैसे- एप्पल ने एमपी3 प्लेयर नहीं बनाया, लेकिन उसने आईपॉड के माध्यम से इसे नई परिभाषा दी। उसने पहला स्मार्टफोन नहीं बनाया, लेकिन आई फोन ने इस सेगमेंट में क्रांति कर दी। उसने पहला टैबलेट भी नहीं बनाया, लेकिन उसका आईपैड दुनिया की सर्वश्रेष्ठ डिवाइसेस में शामिल है। उनके इंजीनियर का मानना है कि अगर हम कोई प्रोडक्ट सबसे अच्छा नहीं बना पाते हैं तो हम उसे लॉन्च भी नहीं करते हैं।

ऐसे हुई कंपनी की शुरुआत

1976 में एप्पल कंप्यूटर बनाने के बाद कंपनी की स्थापना हुई। इसके फाउंडर स्टीव जॉब्स और वॉजनियाक थे। 2 दशकों तक एप्पल कम्प्यूटर के नाम से कंपनी ने एप्पल 2, मैकिनटोश और पावर मैक सहित पर्सनल कम्प्यूटर बनाए, लेकिन साल 1990 के दौरान कंपनी के शेयरों में गिरावट दर्ज की गई।

1985 में जॉब्स को कंपनी से बेदखल कर दिया गया। उनका चीफ एग्जीक्यूटिव जॉन स्कली से विवाद हो गया था। 1997 में उनकी फिर से कंपनी में वापसी हुई।

2001 में आईपॉड म्यूजिक प्लेयर और इसके बाद 2003 में आईट्यून्स म्यूजिक स्टोर की सफलता के बाद एप्पल कंपनी दुनियाभर में कंज्यूमर इलेक्ट्रॉनिक बाजार का लीडर बन गया।

2007 में कंपनी ने अपने नाम एप्पल कम्प्यूटर में से कम्प्यूटर शब्द हटा दिया। इसके बाद कंपनी ने स्मार्टफोन, मीडिया प्लेयर, टैबलेट कम्प्यूटर की iOS रेंज शुरू की।

कैलिफोर्निया में एप्पल पार्क (कंपनी का हैडक्वार्टर)

एप्पल इतना मशहूर ब्रैंड कैसे बना?

स्टीव जॉब्स खुद ब्रैंड थे

स्टीव जॉब्स टेक्नोलॉजी की दुनिया का सबसे बड़ा नाम बन गए थे। इन्होंने एप्पल में थिंक डिफरेंट प्रोजेक्ट की शुरुआत की। लोगों ने अलग सोचना शुरू किया और कंपनी निरंतर आगे बढ़ती गई।

आईफोन सबसे सरल

वर्ष 2007 में कंपनी ने आई फोन लॉन्च किया। यह बेहद सरल इंटरफेस का स्मार्टफोन था। पहले ही साल एक करोड़ 40 लाख आईफोन बिक गए। यह डिजाइन ऐसी थी जो आज इतने वर्षों बाद भी लगभग उससे मिलती-जुलती ही है। स्मार्ट फोन प्रोजेक्ट पर बेहद गोपनीय तरीके से काम हुआ था।

आईट्यून्स जैसे उत्पाद

एप्पल ने पहले 2001 में आईपॉड और फिर कंपनी ने 2003 में आईट्यून्स म्यूजिक स्टोर लॉन्च किया। कंपनी की सोच थी कि लोग महंगी म्यूजिक सीडी खरीदना छोड़ें और स्टोर से म्यूजिक डाउनलोड करें। यह कंपनी का एक और टर्निंग पॉइंट साबित हुआ, जो काफी सफल रहा। जिसने एप्पल को बहुत आगे बढ़ाया।

एप्पल की मार्केट स्थिति

▪ मार्केट कैप (21 सितं 2020 ट्रिलियन डॉलर में)	1.91
▪ नेट प्रॉफिट (2019) बिलियन डॉलर	55.2
▪ रेवेन्यू (2019) बिलियन डॉलर	260.1
▪ कर्मचारी	1,37,000

दुनिया को सपने दिखाने और सपने बेचने वाली कंपनी

डिज्नी की स्थापना 16 अक्टूबर 1923 को हुई थी। संस्थापक थे- वॉल्ट डिज्नी। डिज्नी के आज दुनियाभर में करीब 12 थीम पार्क हैं। 2.23 लाख से ज्यादा कर्मचारी डिज्नी के लिए काम करते हैं। कंपनी के मौजूदा एग्जीक्यूटिव चेयरमैन- रॉबर्ट ए आएगर हैं। फॉर्च्यून 500 में कंपनी की रैंकिंग 54 है। कंपनी का मार्केट कैप करीब 226 बिलियन डॉलर का है।

वॉल्ट डिज्नी,
डिज्नी के संस्थापक

सफलता की कहानी

अमेरिकी मंदी में डिज्नी ने लोगों को हंसाना सिखाया, सच की जीत सिखाई

वॉल्ट डिज्नी (5 दिसंबर 1901-15 दिसंबर 1966) कहा करते थे कि सपने देखो और फिर उन्हें पूरा करने में जुट जाओ। वॉल्ट ने जो भी सपने देखे, उन्हें सच कर दिखाया। दुनिया को सपने दिखाए और उन्हें भी पूरा किया। पर्यटकों से बात करने में, कंपनी की वार्षिक रिपोर्ट में सपने, आनंद, रोमांच, खुशी, कल्पना, जादू जैसे शब्दों की भरमार रहती है। वॉल्ट डिज्नी कहा करते थे, हमारा बिजनेस ही सपने बेचना है।

वॉल्ट की बनाई कंपनी द वॉल्ट डिज्नी एक शताब्दी पूरा करने से महज तीन साल दूर है। एनिमेशन स्टूडियो से शुरू हुई कंपनी की यात्रा, 12 थीम पार्क और दुनिया के सबसे बड़े एंटरटेनमेंट हब-प्रोडक्शन हाउस के साथ अनवरत जारी है। 2019 में 21 फर्स्ट सेंचुरी फॉक्स मीडिया कंपनी को खरीदने की डील 71.3 बिलियन डॉलर (5 लाख 21 हजार करोड़ रुपए) में हुई। यह डिज्नी के इतिहास में अब तक की सबसे बड़ी डील थी। डिज्नी थीम पार्क अपने प्रतिद्वंद्वियों से कहीं आगे है।

कैसे शुरू हुई डिज्नी

वॉल्ट डिज्नी 1923 की गर्मियों में कैलिफोर्निया आए। कान्सस सिटी में उन्होंने पहला कार्टून एलिस इन वंडरलैंड बनाया। न्यूयॉर्क में एक डिस्ट्रीब्यूटर एम.जे. विंक्लर ने वॉल्ट के साथ करार किया और इस तरह 16 अक्टूबर 1923 को डिज्नी कंपनी की नींव पड़ी। 1923 में मोर्टाइमर माउस नामक कार्टून चरित्र की रचना की। बाद में अपनी पत्नी की सलाह पर उसे मिकी नाम दिया। उसे आवाज दी और इस तरह पहले बोलते-चलते कार्टून की शुरूआत की। स्टीमबोट विली फिल्म के जरिए मिकी माउस की शरारतें दुनिया के सामने आईं। अमेरिकी मंदी के दिनों में डिज्नी ने एक फंतासी रची जहां बुरे हमेशा हारे और भलों की हमेशा जीत हुई। उनके एनिमेशन कार्टून चरित्रों मिकी, प्लूटो, डोनाल्ड, गूफी आदि ने घर-घर में जगह बनाई। शुरू में संगीत और बाद में टेक्नीकलर के प्रयोग से उन्होंने अपनी काल्पनिक दुनिया को मानो सजीव बना दिया। इसके बाद डिज्नी ने लोकप्रिय परी कथाओं को अपनाया।

डिज्नी की कामयाबी का सफर

16 अक्टूबर 1923

को वाल्ट डिज्नी और उनके भाई रॉय ओ डिज्नी ने मिलकर डिज्नी ब्रदर्स कार्टून स्टूडियो की स्थापना की।

1 मार्च 1924

को पहले कॉमेडी शो- एलिस डे एट सी शुरू हुआ।

जनवरी 1926

नए स्टूडियो में शिफ्ट हुए। डिज्नी ब्रदर्स से नाम बदलकर वॉल्ट डिज्नी स्टूडियो हो गया।

18 नवंबर 1928

पहले मिकी माउस कार्टून का प्रदर्शन हुआ।

16 दिसंबर 1929

डिज्नी ब्रदर्स पार्टनरशिप की जगह 4 कंपनियों ने ले ली- वॉल्ट डिज्नी प्रोडक्शंस लिमिटेड, वॉल्ट डिज्नी एंटरप्राइजेज, लाइल्ड रिएलिटी एंड इनवेस्टमेंट कंपनी और डिज्नी फिल्म रिकॉर्डिंग कंपनी।

21 दिसंबर 1937

स्नो वाइट और द सेवन ड्वार्फ नाम की पहली एनिमेटेड फुल लेंथ फीचर फिल्म का थिएटर में शो हुआ।

1940

वॉल्ट डिज्नी प्रोडक्शन अपना स्टॉक लेकर आया।

अक्टूबर 1949

वॉल्ट डिज्नी म्यूजिक कंपनी बनी।

1950

में ट्रैजर आयलैंड, डिज्नी की पहली लाइव एक्शन फीचर फिल्म थिएटर्स में प्रदर्शित हुई।

17 जुलाई 1955

पहला डिज्नीलैंड कैलिफोर्निया में खुला।

25 जून 1969

वॉल्ट डिज्नी एजुकेशनल मटेरियल कंपनी की स्थापना हुई। बाद में इसका नाम बदलकर वॉल्ट डिज्नी एजुकेशनल मीडिया कंपनी और डिज्नी एजुकेशनल प्रोडक्शंस हो गया।

18 अप्रैल 1983

द डिज्नी चैनल का प्रसारण शुरू हुआ।

9 फरवरी 1996

वॉल्ट डिज्नी वर्ल्ड में द डिज्नी इंस्टीट्यूट शुरू हुआ।

8 अक्टूबर 2010

पहली लाइव-एक्शन हिंदी फिल्म दो दूनी चार को भारत में रिलीज किया गया।

16 जून 2016

शंघाई डिज्नी रिजॉर्ट खुला।

थीम पार्क हैं आय का मुख्य जरिया

डिज्नी की आय का मुख्य स्रोत फिल्में या मूवी स्ट्रीमिंग नहीं बल्कि थीम पार्क से होने वाली आय है। थीम पार्क में स्टोर्स के अलावा दुनियाभर में मर्केंडाइज का बिजनेस बहुत बड़ा है। खिलौने, कपड़ों के साथ-साथ फिल्मों से जुड़ी चीजों की भी बहुत मांग है। ऑल टाइम फेवरेट रही फिल्मे जैसे मार्वल, स्टार वार्स, अवतार, टॉय स्टोरी, इंडियाना जोन्स, पायरेट्स ऑफ द कैरेबियन, द लायन किंग की फ्रेंचायजी है। 2019 में डिज्नी की इनकम 11.05 बिलियन डॉलर थी, वहीं रेवेन्यू 69.57 बिलियन डॉलर था। नेटफ्लिक्स से मुकाबला करने के लिए डिज्नी ने डिज्नी प्लस लॉन्च किया था।

कितनी बड़ी है डिज्नी कंपनी

द वॉल्ट डिज्नी कंपनी अपनी सब्सिडरी कंपनी के साथ मिलकर चार क्षेत्रों में व्यापार करती है। मीडिया नेटवर्क, पार्क-एक्सपीरियंस एंड प्रोडक्ट, स्टूडियो एंटरटेनमेंट और डायरेक्ट टू कंज्यूमर एंड इंटरनेशनल (डीटीसीआई)

1. **मीडिया नेटवर्क-** डिज्नी, ईएसपीएन, एबीसी, फ्री फॉम और नेशनल जियोग्राफिक केबल नेटवर्क, हिस्ट्री चैनल, नेशनल जियोग्राफिक मैग्जीन्स।

2. **पार्क, एक्सपीरियंस और प्रोडक्ट-** वॉल्ट डिज्नी वर्ल्ड रिजॉर्ट फ्लोरिडा, डिज्नीलैंड रिजॉर्ट कैलिफोर्निया, डिज्नीलैंड पेरिस, हांगकांग डिज्नीलैंड रिजॉर्ट, शंघाई डिज्नी रिजॉर्ट, टोक्यो डिज्नी रिजॉर्ट (थर्ड पार्टी इसे संचालित करती है), डिज्नी क्रूज लाइन, डिज्नी वैकेशन क्लब, नेशनल जियोग्राफिक एक्सपीडिशन, डिज्नी रिजॉर्ट एंड स्पा हवाई, ट्रेड नेम, कैरेक्टर्स, विजुअल, लिटररी और दूसरी इंटेलेक्चुअल प्रॉपर्टी पब्लिशर्स, गेम डेवलपर्स को बेचकर कमाई।

3. **स्टूडियो ऑपरेशंस-** 21 फर्स्ट सेंचुरी फॉक्स, लुकासफिल्म्स, पिक्सार, वॉल्ट डिज्नी स्टूडियोज, टचस्टोन पिक्चर्स, मार्वल स्टूडियोज, मोशन पिक्चर्स प्रोडक्शंस और फॉक्स सर्च लाइट पिक्चर्स और ब्लू स्काई स्टूडियो।

4. **डीटीसीआई-** हॉटस्टार, हुलु, डिज्नी प्लस, ईएसपीएन प्लस।

वॉल्ट डिज्नी की जिंदगी के सबक

1. बिजनेस के लिए सेल्समेन बनना जरूरी

वॉल्ट खुद पर भरोसा करते थे और दूसरों को उन पर भरोसा करने के लिए भी मना लेते थे। स्नो वाइट फिल्म बनाने के दौरान वॉल्ट की पूंजी खत्म हो गई। घरवालों ने भी प्रोजेक्ट से हाथ पीछे खींचने के लिए कहा। वॉल्ट प्रोड्यूसर्स के पास जाते और फिल्म के रॉ फुटेज दिखाते। स्नो वाइट एनिमेशन की दुनिया में पहली सफलता रही। डिज्नीलैंड बनाने के लिए पैसा जुटाने में वॉल्ट ने टेलीविजन स्टूडियो की मदद ली और डिज्नी प्रोग्राम दिखाने का ऑफर देकर वित्तीय संसाधन जुटाए। इससे वॉल्ट का प्रचार भी हो गया।

2. खुद पर भरोसा बेहद जरूरी है

वॉल्ट को जीवनभर जिन-जिन चीजों के प्रति हतोत्साहित किया गया, बाद में वे बेहद सफल साबित हुई। उनसे कहा गया कि फुल लेंथ एनिमेशन फिल्म कौन देखेगा, लोगों ने कहा कि एनिमेशन फिल्म के साथ रियल लाइफ कैरेक्टर मिलाने से चीजें नहीं चल पाएंगी, थीम पार्क असफल होगा। यहां तक कि वॉल्ट के भाई रॉय डिज्नी भी उनसे असंतुष्ट होते। वॉल्ट कोई आइडिया सुनाते, तो वह मना कर देते। हालांकि वॉल्ट के आत्मविश्वास के आगे रॉय को झुकना पड़ता।

3. जोखिम के बिना सफलता नहीं मिलती

वॉल्ट ने अपने पूरे कॅरिअर में कदम-कदम पर जोखिम लिए। कई दफा तो उन्हें अपनी निजी संपत्ति और चीजें तक गिरवी रखनी पड़ीं। वॉल्ट का पहला स्टूडियो लाफ ओ'ग्राम कभी मुनाफे में नहीं रहा। ओसवाल्ड द लकी रैबिट बनाने में वॉल्ट ने सब कुछ गंवा दिया। अपना स्टूडियो, साजो-सामान, एनिमेटर्स भी, लेकिन वे डिगे नहीं। 1955 में डिज्नीलैंड का सपना सबके लिए असंभव लग रहा था। वॉल्ट इसके लिए संसाधन नहीं जुटा पा रहे थे। अगर वह प्रोजेक्ट असफल होता, तो कंपनी दिवालिया हो सकती थी। वॉल्ट अड़े रहे और इतिहास रच दिया।

4. उद्यमी को आशा नहीं छोड़नी चाहिए

वॉल्ट की पहली नौकरी न्यूज पेपर के दफ्तर में थी। वहां से उन्हें यह कहकर निकाला गया था कि वे रचनात्मक व्यक्ति नहीं हैं। फिल्म मैरी पॉपिन्स के राइट्स मिलने में वॉल्ट डिज्नी को करीब 16 साल का वक्त लग गया। डिज्नीलैंड का पहला फाइनेंसर 302 निवेशकों के मना करने के बाद मिला। वॉल्ट ने कहा कि वह सपना देखते हैं, फिर सपनों को टेस्ट करते हैं। जोखिम उठाने का साहस रखते हैं।

दफ्तर में मत बैठो, लोगों से मिलते रहो

5. असली मैनेजर दफ्तर में नहीं फील्ड पर होता है

जब डिज्नीलैंड में मैनेजमेंट के लिए एडमिनिस्ट्रेशन बिल्डिंग की मांग की गई, तो वॉल्ट ने सख्ती से मना कर दिया। वॉल्ट ने कहा कि मैं नहीं चाहता कि मैनेजमेंट के लोग डेस्क पर बैठकर काम करें। मैं चाहता हूं कि वे पार्क में घूमें, लोगों से बात करें और पता लगाएं कि पार्क को और आनंददायक कैसे बनाया जा सकता है। वॉल्ट डिज्नी ने फायरस्टेशन के ऊपर एक अपार्टमेंट बनवाया था, ताकि वे पार्क के बारे में लोगों के पहले रिएक्शन को देख सकें। आज भी पार्क में मैनेजमेंट के लोग ज्यादातर समय लोगों से बात करते हुए बिताते हैं। कंपनी में इसे '**लीडर वॉक**' नाम से जानते हैं।

6. बाजार में बने रहने के लिए खुद को खास बनाओ

वॉल्ट डिज्नी और उनकी दो बेटियों के पास मनोरंजन के लिए संसाधन सीमित थे। इस कमी को डिज्नी ने समझा और थीम पार्क की योजना बनाई। वॉल्ट के समय में एम्युजमेंट पार्क छोटे, गंदे और असुरक्षित होते थे। वॉल्ट डिज्नी ने मॉडर्न डे थीम पार्क की जरूरत समझी। वॉल्ट का आइडिया बाद में दुनियाभर में कॉपी हुआ। डिज्नी के थीम पार्क में सारी राइड्स बड़ी और असली होने का अहसास कराती हैं। 3-डी शो में घूमती हुई कुर्सी, ऊपर से गिरती हुई बूंदें..ऐसे ही कई अहसास इसे अनोखा और खास बनाते हैं। ग्लोबल अट्रेक्शन अटेंडेंस रिपोर्ट के मुताबिक वॉल्ट डिज्नी में 2018 में कुल 15 करोड़ 73 लाख दर्शक आए। जबकि इसके सबसे नजदीकी प्रतिस्पर्धी मर्लिन इंटरटेनमेंट ग्रुप में 6 करोड़ 70 लाख पर्यटक आए। यूनिवर्सल पार्क्स एंड रिजॉर्ट्स में 5 करोड़ लोग आए।

7. बिजनेस बढ़ाने के लिए सही दिशा में निवेश जरूरी

1930 के दशक में शुरू में उन्होंने सभी एनिमेटर्स के लिए आर्ट क्लास शुरू की। उन्होंने एक छोटा चिड़ियाघर बनाया, ताकि सजीव प्राणियों को देखकर एनिमेटर जानवरों को ज्यादा अच्छी तरह से चित्रित कर सकें। उन्होंने नई एनिमेशन टीम प्रक्रियाओं (जैसे स्टोरीबोर्ड) का आविष्कार किया और उन्नत एनिमेशन प्रोद्योगिकी में निवेश किया। 1930 के दशक के उत्तरार्ध में उन्होंने अच्छी प्रतिभा वाले लोगों को आकर्षित और पुरस्कृत करने के लिए कार्टून उद्योग में पहला बोनस सिस्टम शुरू किया। 1950 के दशक में उन्होंने **आप खुशी देते हैं** नामक कर्मचारी प्रशिक्षण योजनाएं शुरू की। 1960 के दशक में उन्होंने डिज्नी के कर्मचारियों को दिशाबद्ध करने, प्रशिक्षित करने और शिक्षा देने के लिए डिज्नी यूनिवर्सिटी स्थापित की। डिज्नी की अपेक्षा थी कि हर कर्मचारी चाहे वह किसी भी स्तर या पद पर आए, नई कर्मचारी अनुकूलन कार्यक्रम में हिस्सा ले। (जिसे डिज्नी परंपराएं भी कहा जाता है)

वॉल्ट डिज्नी (दाएं) और जॉन हेन्च (मिकी माउस के ऑफिशियल पोट्रेट आर्टिस्ट)

8. आपकी भाषा कंपनी की छवि होती है

कंपनी प्रकाशन लगातार जोर देते हैं कि डिज्नी खास, अलग, अनूठी और जादुई है। शेयरहोल्डर को भेजी जाने वाली कंपनी की वार्षिक रिपोर्ट में भी ऐसे शब्द और वाक्य भरे रहे हैं, जैसे सपने, आनंद, रोमांच, खुशी, कल्पना और जादू डिज्नी का सार है। वॉल्ट कहते थे कि आप जो कहते हैं, जैसा सोचते हैं, कंपनी भी उसी हिसाब से आगे बढ़ती है। 1934 में, वॉल्ट डिज्नी का लक्ष्य कुछ ऐसा करने का था, जो फिल्म उद्योग में पहले कभी नहीं किया गया था : एक सफल फुल-लेंथ एनिमेटेड फीचर फिल्म बनाना। स्नो वाइट बनाने में डिज्नी ने कंपनी के अधिकतम संसाधनों का निवेश किया और उद्योग के उन लोगों की अवहेलना की, जिन्होंने इसे डिज्नी की मूर्खता कहा था। कहा जा रहा था कि आखिर फुल लेंथ फीचर कार्टून कौन देखना चाहेगा? लेकिन डिज्नी का यह प्रयोग सफल रहा। वॉल्ट डिज्नी को आज ट्रेंड सेटर के तौर पर याद किया जाता है।

9.सहकर्मियों के साथ अच्छे संबंध बनाना जरूरी है

एक बार डिज्नी ने कहा था- आप दुनिया की सबसे शक्तिशाली, रचनात्मक जगह को भी डिजाइन कर सकते हैं, लेकिन इस सपने को पूरा करने के लिए लोगों की जरूरत होती है। एक सुबह डिज्नीलैंड खुलने से पहले वॉल्ट पार्क पहुंच गए। उन्होंने वहां तीसरी शिफ्ट के कर्मचारियों को बातचीत के लिए बुलाया। कर्मचारियों के पीछे-पीछे उनका मैनेजर भी पहुंच गया। मैनेजर ने वॉल्ट से कर्मचारियों के काम का हवाला देकर उन्हें उस समय ले जाने की अनुमति मांगी। बाद में मैनेजर ने वॉल्ट से मिलकर पूछा कि आप उनसे क्यों और क्या बात करना चाहते थे। वॉल्ट ने बताया कि कंपनी के सभी कर्मचारियों को जानना और उनसे अच्छे संबंध बनाए रखना जरूरी होता है। इसके लिए उनसे समय-समय पर बातचीत और काम का फीडबैक भी लेते रहना चाहिए। इससे कर्मचारियों की जरूरतें और उनकी परेशानियां आपको लगातार पता चलती रहती हैं।

वॉल्ट डिज्नी के ध्येय वाक्य

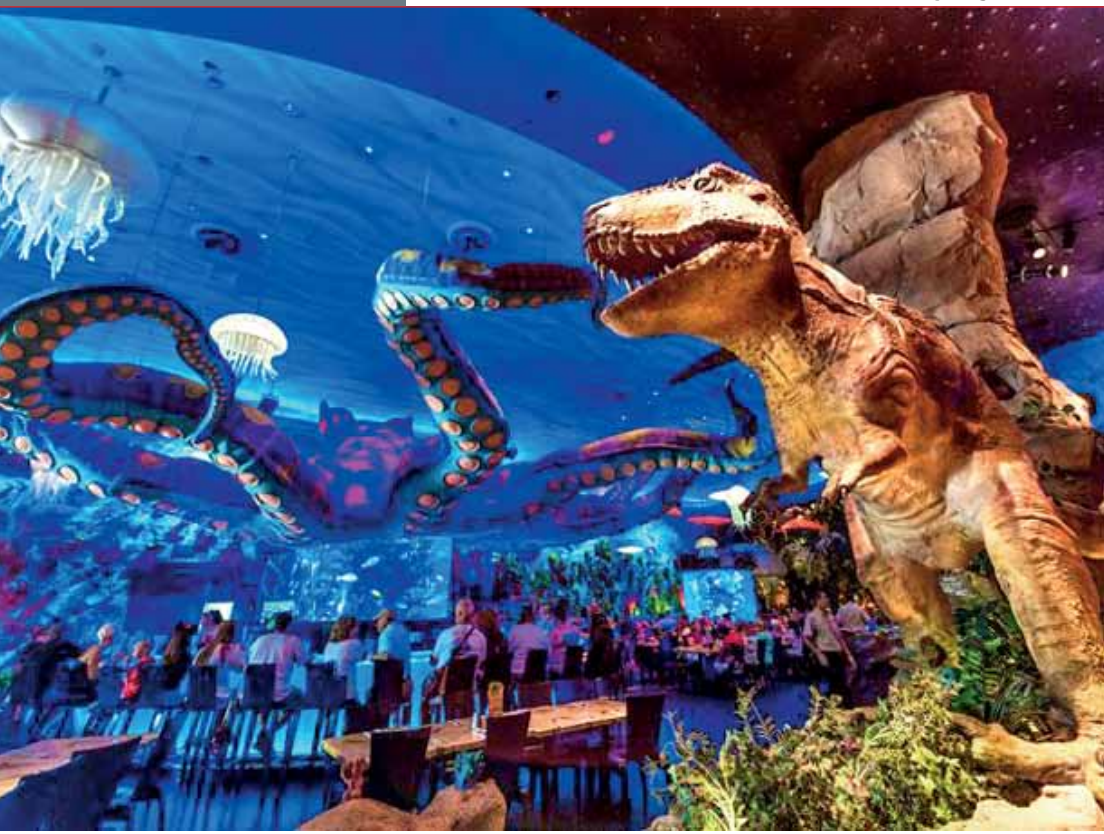
मैं लोगों का मनोरंजन करने में यकीन रखता हूं। खुद को अभिव्यक्त करने के बजाय दूसरों की खुशी और चेहरों पर हंसी लाने के लिए रचनात्मक प्रयास करता हूं।

डिज्नीलैंड का काम प्यार का काम है। केवल पैसा कमाने के विचार से हमने डिज्नीलैंड शुरू नहीं किया।

जब आप उत्सुक होते हैं, तो आपको बहुत सी दिलचस्प चीजें करने को मिलती हैं। और एक चीज जो किसी भी काम को करने के लिए जरूरी है वो है- साहस।

हंसी अमेरिका का सबसे महत्वपूर्ण निर्यात है। यदि आप इसका सपना देख सकते हैं, तो आप इसे प्राप्त भी सकते हैं।

जीत और हार में सबसे बड़ा फर्क होता है हार को स्वीकार न करना।



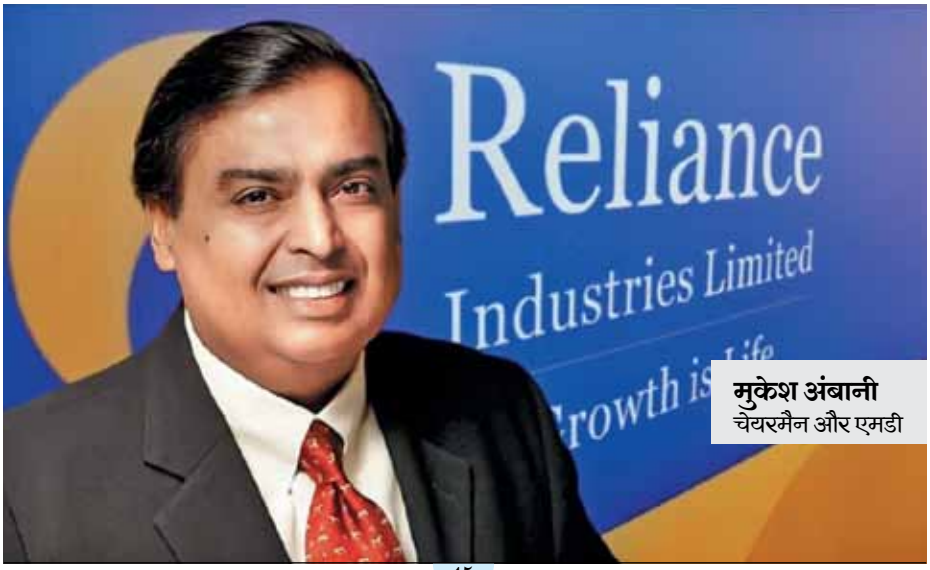
वॉल्ट डिज्नी की स्थिति

▪ मार्केट कैप (21 सितंबर 2020 बिलियन डॉलर)	226.62
▪ नेट प्रॉफिट (2019) बिलियन डॉलर	11.05
▪ रेवेन्यू (2019) बिलियन डॉलर	69.5
▪ कर्मचारी	2,23,000

Reliance

देश की नंबर 1 कंपनी, पॉलिएस्टर से शुरू किया सफर अब डिजिटल की राह पर

रिलायंस इंडस्ट्रीज लिमिटेड 14,77,789 करोड़ रुपए मार्केट कैप (14 सितंबर 2020 की स्थिति) के साथ देश की सबसे बड़ी निजी कंपनी है। रिलायंस के चेयरमैन मुकेश अंबानी दुनिया के चौथे सबसे धनी व्यक्ति हैं। एक वक्त था, जब कंपनी एक टेबल कुर्सी से शुरू हुई थी।



मुकेश अंबानी
चेयरमैन और एमडी

रिलायंस का मतलब- सिर्फ ग्रोथ

बात 1977 की है। रिलायंस टेक्सटाइल इंडस्ट्रीज शेयर मार्केट में पैसा जुटाने के लिए सामने आई। रिलायंस के संस्थापक धीरुभाई अंबानी निवेशकों को इस नई कंपनी में पैसा जुटाने के लिए मना रहे थे। काम मुश्किल था, लेकिन फिर भी शेयर सात गुना सब्सक्राइब हो गए, मतलब मांग सात गुना रही। 9 साल बाद निवेशकों को धन्यवाद देने का मौका आया।

1986 में कंपनी के शेयरधारकों की सालाना मीटिंग में 30 हजार निवेशक शामिल हुए। भारत के कॉरपोरेट इतिहास में इतनी बड़ी संख्या में लोग पहले कभी शामिल नहीं हुए थे। निवेशकों को बैठाने की जगह कम पड़ गई, तो मीटिंग खुले मैदान में हुई। धीरुभाई अंबानी अक्सर निवेशकों को भरोसा दिलाते। धीरुभाई ने रिलायंस का यह नाम अपने दोस्त प्रवीणभाई ठक्कर से लिया था। प्रवीणभाई का रिलायंस नाम से बिजनेस चल पड़ा और धीरुभाई को ये नाम पसंद आ गया था।

आज रिलायंस देश की सबसे बड़ी निजी और सार्वजनिक क्षेत्र की कंपनी है। फॉर्च्यून-500 में पिछले 16 सालों से लगातार बनी हुई है। पॉलिएस्टर के बिजनेस से शुरुआत करने वाली रिलायंस अब डिजिटल की राह पर है। पूरी तरह कर्जमुक्त कंपनी रिलायंस दिन-ब-दिन नए कीर्तिमान बना रही है। और रिलायंस का मतलब सिर्फ ग्रोथ है।

1 कुर्सी और 1 हजार रु. से शुरू हुई कंपनी

एक कुर्सी और एक हजार रुपए से शुरू हुई कंपनी के जूनागढ़ में चोरवाड़ में पैदा हुए धीरजलाल हीराचंद (धीरुभाई) अंबानी 1948 में अदन चले गए। महज दसवीं तक पढ़े धीरुभाई गुजरात की बनिया परंपरा को आगे बढ़ा रहे थे, जहां व्यापार रगों में बहता था। अदन में धीरुभाई के बड़े भाई माणिक चंद फ्रेंच कंपनी में काम करते थे। वहां उन्होंने पेट्रोल पंप पर काम करने से लेकर सिक्के पिघलाकर पैसे कमाए। धीरुभाई को अदन में बिजनेस करने का चस्का लग गया। 1958 में धीरुभाई पत्नी कोकिला और दो साल के बेटे मुकेश के साथ भारत आ गए। महज 1000 रुपए की जमापूंजी व एक टेबल रखकर धीरुभाई ने व्यापार की शुरुआत की।

धीरुभाई अंबानी
रिलायंस के संस्थापक

पॉलिएस्टर पर खड़ी हुई कंपनी

अदन में धीरुभाई चंपकलाल दमानी के साथ काम करते थे। 1958 में भारत लौटे तो चंपकलाल के साथ रिलायंस कमर्शियल कॉरपोरेशन पार्टनरशिप फर्म की स्थापना की। शुरुआत में मसाले जैसे आइटम मध्य और पूर्वी अफ्रीका में निर्यात किए थे। साठ के दशक के मध्य में कपड़े और हाथ से निर्मित कपड़ों के व्यापार पर ध्यान केंद्रित किया। धीरुभाई भविष्यदृष्टा थे। उन्होंने देखा कि पॉलिएस्टर भविष्य का कपड़ा है। इसलिए उन्होंने पॉलिएस्टर पर ध्यान देना शुरू कर दिया। पॉलिएस्टर उस वक्त ईजाद हुआ था और भारत में नई-नई आमद दर्ज की थी। 60-70 के दशक के बीच में धीरुभाई पॉलिएस्टर के व्यापार में बड़ा नाम बन गए थे। 1966 में धीरुभाई ने रिलायंस टेक्सटाइल इंजीनियर्स प्राइवेट लिमिटेड बनाई। इसी साल अहमदाबाद के पास कपड़ा मिल शुरू की। 1969 में रिलायंस एक्सपोर्ट कंपनी, 1973 में विमल फेब्रिक्स और 1975 में अनिल फेब्रिक्स, दीप्ती टेक्सटाइल इंडस्ट्रीज और नीना टेक्सटाइल इंडस्ट्रीज की स्थापना की।

1975 में वर्ल्ड बैंक ने काम सराहा

विमल धीरुभाई के बड़े भाई रमणीकलाल के बेटे का नाम था। विमल 70 के दशक में ब्रैंड बन गया। 'ओनली विमल' स्लोगन बनाया था। देश की टॉप क्लास होटल्स में इसकी ब्रांडिंग की जाती थी। यहां तक कि छोटे दुकानदारों ने यहां तक कह दिया था कि वे सिर्फ विमल ब्रैंड के कपड़े ही बेचेंगे। धीरुभाई ने विमल साड़ी, शर्ट और ड्रेस बेचीं। इसके लिए दुकानदारों के नेटवर्क की दुकानें खड़ी कर दी थीं। 1975 में वर्ल्ड बैंक की एक टेक्निकल टीम रिलायंस की टेक्सटाइल युनिट का मुआयना करने के लिए आई थी। नरोडा की इस मिल को वर्ल्ड बैंक में अंतरराष्ट्रीय मानकों के हिसाब से माना और काम को सराहा। 1991 में हजीरा प्लांट शुरू होने के साथ ही रिलायंस पॉलिएस्टर बनाने वाली दुनिया की सबसे बड़ी कंपनी बन गई।

सफल कंपनी की नीति

सही समय पर सही निर्णय

रिलायंस दिनोदिन सफलता के पैमाने चढ़ती जा रही थी। फैब्रिक से लेकर तेल तक रिलायंस के पास अवसरों का भंडार था। मुकेश अंबानी कहते हैं कि 90 के दशक के आखिर में हमारे पास दो विकल्प थे। पॉलीस्टर, प्लास्टिक, रिफाइनरी, ऑइल और गैस के बिजनेस को विस्तार देते हुए वैश्विक स्तर पर ले जाएं। या दूसरा कि अपने कैश फ्लो का इस्तेमाल करते हुए दूसरे बिजनेस में कदम रखें। धीरुभाई ने निर्णय मुकेश पर छोड़ दिया। उन्होंने कहा कि कैश फ्लो का इस्तेमाल करोड़ों भारतीयों की जिंदगी बदलने के लिए होना चाहिए। भविष्य तुम्हें चुनना है। और इस तरह आगे की रणनीति तय हुई कि वर्तमान बिजनेस को मजबूत करते हुए भविष्य के व्यापार पर भी निवेश करेंगे। और इस तरह भविष्य के व्यापार यानी इंफोकॉम की स्थापना हुई। मुकेश अंबानी कहते हैं कि 1990 के दशक में हम सेल्युलर लाइसेंस की बोली लगाकर इस क्षेत्र में दाखिल हुए, पर मुझे महूसस हुआ कि असली वैल्यू तो सूचना और कम्युनिकेशन को मिलाने से ही पैदा होगी। इसलिए हमने बिजेनस वेंचर का नाम इंफोकॉम रखा।

जियो की नींव यूं रखी गई

2012 में रिलायंस इंडस्ट्रीज लिमिटेड के एग्जीक्यूटिव्स से वीडियो कांफ्रेंसिंग करते हुए मुकेश अंबानी ने अपनी बात एक चेतावनी के साथ शुरू की- 'जो चीज हमें यहां लेकर आई है, वो हमें भविष्य की ओर नहीं ले जाएगी।' मुकेश का इशारा ऑइल की ओर था। वे चिंतित थे कि नवीनीकरणीय ऊर्जा के दौर में और बढ़ते वैश्विक टेंशन के समय में पेट्रोकेमिकल, क्रूड ऑइल का बिजनेस उन्हें भविष्य का लीडर नहीं बना सकता। साथियों से बात करते हुए मुकेश अंबानी के दिमाग में एक बिजनेस प्लान था। दरअसल 2011 में मुकेश अंबानी की बेटी ईशा छुट्टियों में मुंबई, घर आई थीं। ईशा येल यूनिवर्सिटी में पढ़ रही थीं। ईशा ने स्लो इंटरनेट की शिकायत की। यहीं से जियो की शुरुआत हुई।

अब डेटा ही रिलायंस का नया फ्यूल है

मुकेश कई मौकों पर दोहराते हैं- डेटा ही नया ऑइल है। पेट्रोकैमिकल और रिफाइनिंग का रिलायंस के कैश फ्लो में सालों 90 फीसदी तक योगदान रहा। अंबानी अब रिलायंस को टेक्नोलॉजी कंपनी कहते हैं। सितंबर 2016 में बाजार में उतरी रिलायंस जियो के साथ आज 40 करोड़ ग्राहक जुड़े हैं। रिलायंस रिटेल के साथ अब रिलायंस किराना बाजार में बढ़ रही है।

सफलता का मंत्र

नई प्रतिभाओं पर निवेश

51.6 फीसदी कर्मचारी 30 साल से कम के

धीरुभाई अंबानी की यह सीख कि दुनिया की सर्वश्रेष्ठ प्रतिभाओं को अपने साथ जोड़ो, मुकेश अंबानी अपने साथ हमेशा साथ रखते हैं। रिलायंस मार्केट कैप के हिसाब से देश की सबसे बड़ी कंपनी है। हालांकि कर्मचारियों की संख्या के हिसाब से यह निजी क्षेत्र की चौथी बड़ी कंपनी है। रिलायंस में 1,95,618 लोग काम कर रहे हैं। रिलायंस के कर्मचारियों की औसत उम्र 30 साल है। कंपनी के 51 फीसदी से ज्यादा कर्मचारी 30 साल से कम के हैं। रिटेल, टेलीकॉम में कर्मचारियों की औसत उम्र 27 वहीं, एफएमसीजी में 32 है।

नए शोध पर ध्यान

900 से ज्यादा वैज्ञानिक काम करते हैं

रिलायंस ने बीते साल रिसर्च और डेवलपमेंट पर 2538 करोड़ रुपए खर्च किए। इस साल 127 पेटेंट आवेदन किए गए। रिलायंस के साथ फिलहाल 900 से ज्यादा शोधकर्ताओं और वैज्ञानिकों की टीम जुटी हुई है। इंटरनेट ऑफ थिंग्स, ब्लॉकचैन, बिग डेटा, आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस, मशीन लर्निंग, रोबोटिक्स और ड्रोन्स के प्रोजेक्ट पर काम कर रही है।

आपदा को अवसर में बदलना

प्रदूषण रोकने के लिए आम के बगीचे लगाए

गुजरात के जामनगर में रिलायंस रिफाइनरी, दुनिया की सबसे बड़ी रिफाइनरी है। तेल शोधन की प्रक्रिया में प्रदूषण भी होता था। कंपनी को डर था कि प्रदूषण के कारण कहीं प्रदूषण नियंत्रण बोर्ड से कोई आपत्ति ना आ जाए। इसलिए एक तरकीब लगाई गई। रिफाइनरी के साथ खाली पड़ी जगहों पर आम के बागीचे लगाए गए। धीरे-धीरे आम का बगीचा विकसित हो गया। इससे प्रदूषण तो कम हुआ ही, आम की पैदावार से भी मुनाफा हुआ। जामनगर (गुजरात) रिफाइनरी स्थित धीरूभाई अंबानी लखीबाग अमराई को क्षेत्रफल के हिसाब से एशिया का सबसे बड़ा आमों का बाग माना जाता है। 600 एकड़ में फैली इस अमराई में करीब डेढ़ लाख पेड़ हैं। यहां वैज्ञानिक पद्धति से आम की किस्में विकसित की जाती हैं। इनके बड़े आकार और स्वाद के कारण इन आमों की विदेशों में भी खूब मांग है। यहां 200 से ज्यादा किस्मों के आमों की पैदावार होती है।

वेस्ट को वेल्थ में बदलना

काई से ईंधन बना रही है रिलायंस

हाल के सालों के दौरान विज्ञान की एक नई शाखा का विकास हुआ है, जिसे सिंथेटिक बायोलॉजी कहा जा रहा है। बायोलॉजिस्ट, केमिस्ट, वैज्ञानिक और इंजीनियर इस क्षेत्र में एक साथ काम करते हैं। सौंदर्य उत्पादों से लेकर, स्क्रैच रहित मोबाइल फोन की स्क्रीन से लेकर चम्मच भर डीएनए में पूरी दुनिया का डेटा समाकर रखने की ताकत बायोइंडस्ट्री में है। रिलायंस सिंथेटिक बायोलॉजी का इस्तेमाल कम्प्यूटर, ऑटोमेशन में भी कर रही है। रिलायंस के सिथेंटिक बायलॉजी प्रोग्राम पर 150 से ज्यादा वैज्ञानिक और शोधकर्ता काम कर रहे हैं। हाल ही में जामनगर की रिफाइनरी में एल्गी से तेल बनाने की तकनीक विकसित की गई। रिफाइनरी के कार्बन डाई ऑक्साइड वेस्ट को एल्गी और सूरज की रोशनी से मिलाकर बायो क्रूड ऑइल बनाया जाता है। एलगी को टिकाऊ और पर्यावरणीय दृष्टि से उपयोगी संसाधन के तौर पर देखने वालों में रिलायंस सबसे आगे है। एल्गी फैटी एसिड और ऑइल बनाने में बहुत उपयोगी है। रिलायंस कई एल्गी आधारित प्रोजेक्ट्स पर काम कर रही है। इसमें ऑर्गेनिक वेस्ट से कैरोसीन और विमानन ईंधन बनाने पर काम हो रहा है।

निवेशक मालामाल

42 साल में निवेशकों के 10 हजार रु. हो गए 2.1 करोड़ रु.

1977 में रिलायंस टेक्सटाइल इंडस्ट्रीज का आईपीओ बाजार में आया। 2017 में एजीएम मीटिंग में मुकेश अंबानी ने बताया था कि जिन निवेशकों ने 1977 में रिलायंस के एक हजार रुपए के शेयर खरीदे थे, 2017 में उनकी वैल्यू 16.50 लाख रुपए हो चुकी थी। इस हिसाब से अगर किसी ने 10 हजार रुपए का निवेश किया था, तो उसकी कीमत 2.1 करोड़ रुपए हो चुकी थी। अपनी स्थापना के बाद से रिलायंस के शेयर 2,09,900 प्रतिशत तक बढ़ चुके हैं। मुकेश अंबानी ने इसी एजीएम में बताया था कि रिलायंस पिछले 40 साल से लगातार अपने निवेशकों का पैसा औसतन ढाई साल में डबल कर रही है।

टाटा की राह पर रिलायंस

निवेश में दिक्कत न हो इसलिए कंपनी की रीस्ट्रक्चरिंग

रणनीतिक निवेश के चलते रिलायंस को नए सिरे से रीस्ट्रक्चर किया गया है। टाटा संस की तरह रिलायंस इंडस्ट्रीज लिमिटेड होल्डिंग कंपनी रहेगी। इसके अंतर्गत चार सब्सिडरी कंपनी आएंगी। रिलायंस ओटूसी लिमिटेड (आरओ2सी), जेपीएल, रिलायंस रिटेल वेंचर्स लिमिटेड (आरआरवीएल) और नेटवर्क 18 मीडिया एंड इन्वेस्टमेंट लिमिटेड। रिफाइनिंग और पेट्रोकेमिकल बिजनेस आरओ2सी के अंतर्गत रहेगा। जबकि रिलायंस जियो इंफोकॉम, माय जियो, जियो टीवी, जियो सिनेमा, जियो न्यूज, जियो सावन और दूसरे कंटेंट संबंधित बिजनेस जेपीएल के अंतर्गत है। वहीं ग्रॉसरी, लाइफस्टाइल, फैशन, डिजिटल और ईकॉमर्स, जियो मार्ट आरआरवीएल के अंतर्गत आएंगे। लगातार निवेश के बाद अब रिलायंस कर्जमुक्त कंपनी बन चुकी है।

रिलायंस के युवा चेहरे

ईशा और आकाश अंबानी ने रिलायंस जियो और रिलायंस रिटेल बोर्ड 2014 में जॉइन किया। ग्रैजुएट होने के महज चार दिन बाद ही आकाश ने कंपनी जॉइन कर ली थी।

अनंत अंबानी

हाल ही में जियो प्लेटफॉर्म जॉइन किया। ब्राउन यूनिवर्सिटी से पढ़े अनंत रिलांयस के दूसरे बिजनेस में ऑपरेशन गतिविधियों को देख रहे हैं। बद्रीनाथ-केदारनाथ मंदिर समिति के भी सदस्य हैं।

ईशा अंबानी

फैशन पोर्टल अजियो के पीछे इन्हीं का हाथ है। स्टैनफोर्ड और येल यूनिवर्सिटी से पढ़ाई करने वाली ईशा रिलायंस जियो और रिलायंस रिटेल की ब्रांडिंग बॉस हैं। रिलायंस आर्ट फाउंडेशन की स्थापना की है।

आकाश अंबानी

पिछले कुछ सालों में आकाश और ईशा के नेतृत्व में रिलायंस ने 15 से ज्यादा कंपनी का एक्विजिशन किया है। जियो स्ट्रेटजी टीम का हिस्सा और जियो मार्ट के तकनीकी पक्ष को देखते हैं।

शिखर तक का सफर

2020
रिलायंस कर्ज मुक्त कंपनी बन गई। कुल 10 कंपनियों ने जियो में 117,588.45 रुपए का निवेश किया।

2016
में जियो की शुरुआत की। अभी जियो के 40 करोड़ से ज्यादा ग्राहक हैं देश में।

2014
में रिलायंस रिटेल, रेवेन्यू की दृष्टि से देश की देश की सबसे बड़ी रिटेलर चेन बनी।

2009
में एनर्जी के क्षेत्र में कदम बढ़ाए। गोदावरी, केजी बेसिन में तेल का खनन शुरू किया।

2002
में इंफोकॉम के बिजनेस में उतरी। 2005 में रिलायंस में बंटवारा हो गया।

2000
रिलायंस ने जामनगर, गुजरात में दुनिया की सबसे बड़ी पेट्रोकेमिकल और रिफाइनरी शुरू की।

1977 रिलायंस टेक्सटाइल इंडस्ट्रीज शेयर मार्केट में आई। उस जमाने में रिलायंस के शेयर की मांग सात गुना थी।

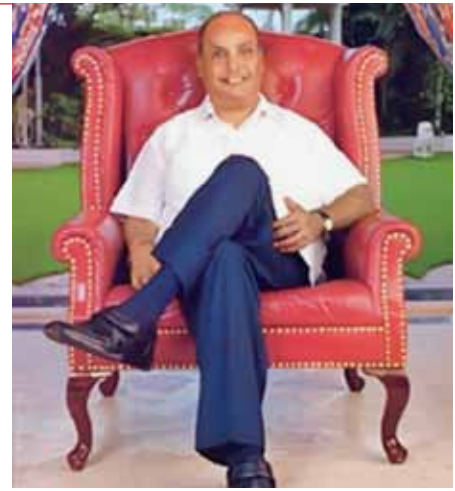
1966
रिलायंस टेक्सटाइल इंजीनियर्स प्राइवेट लिमिटेड बनाई।

1958
रिलायंस कमर्शियल कॉरपोरेशन पार्टनरशिप फर्म की स्थापना हुई।

धीरूभाई की सीख

पहली सीख है साहस- साहस और हिम्मत जिंदगी में बहुत जरूरी है। बिजनेस हो या जिंदगी का कोई और पहलू, बिना साहस के कोई भी बड़ी सफलता हासिल नहीं कर सकता। जब भी आप कोई बड़ा काम करते हैं, तो थोड़ा डरा हुआ महसूस करते हैं। पर अपने अंदर छुपे इस हीरो को बाहर लाने के लिए आपको अपने डर पर विजय पाने की जरूरत होती है। साहस, आत्मविश्वास और कर सकने की जिजीविषा के साथ आप किसी भी विपरीत परिस्थिति से पार पा लेते हैं। साहस एक ऐसी ताकत है, जिससे डर को भी डर लगता है। मैं चाहता हूं कि आज के यंग लीडर्स को इस बात अहसास हो कि अपने साधारण में से असाधारण की खोज से वह क्षमताओं को समझ सकते हैं। असंभव पर विजय पाना ही आपका भाग्य तय करता है।

दूसरी सीख है सहानुभूति- एम्पेथी का मतलब है केयरिंग और शेयरिंग। आप लोगों की परवाह करें और उनसे साझा करें। अपने संस्थान में, इस दुनिया में लोगों की परवाह करें। हम लोगों की जितनी परवाह करेंगे, उतने परवाज चढ़ेंगे। मैं एम्पेथी को दिल की दौलत कहता हूं। आप इसे दूसरों पर जितना खर्च करेंगे उतना ही समृद्ध होते जाएंगे।



तीसरी सीख है तकनीक और प्रतिभा पर भरोसा- हमने जो भी नया बिजनेस शुरू किया, उसमें नई तकनीक और दुनिया की सर्वश्रेष्ठ प्रतिभाओं को शामिल किया। जब दुनिया की सर्वश्रेष्ठ तकनीक और प्रतिभाएं साथ काम करती हैं, तो अपराजेय रचनात्मकता के साथ नए आविष्कार करती हैं।

चौथी सीख है दिल का रिश्ता- पिता की ही तरह मैं लोगों पर भरोसा, वफादारी, और सीधा दिल से दिल के रिश्ते निभाने में यकीन रखता हूं और इसकी कद्र करता हूं।

- मुकेश अंबानी के शब्दों में

अगर तुम अपने सपने पूरे नहीं करोगे, तो कोई और तुम्हें हायर करके अपने सपने पूरे करेगा।

•••

'बड़ा सोचो, तेज सोचो, आगे सोचो। आइडिया पर किसी का एकाधिकार नहीं है।'

'युवाओं को एक अच्छा वातावरण दीजिए। उन्हें प्रेरित कीजिए। उन्हें जो चाहिए वो सहयोग प्रदान कीजिए। उसमें से हर एक अपार ऊर्जा का स्रोत है। वो कर दिखाएंगे।

•••

रिलायंस इंडस्ट्रीज की स्थिति

▪ मार्केट कैप (14 सितं. 2020) करोड़ रुपए में	14,77,789
▪ नेट प्रॉफिट (मार्च 2020) करोड़ रुपए	39,880
▪ रेवेन्यू (मार्च 2020) करोड़ रुपए	6,25,601
▪ नेटवर्थ (करोड़ रुपए)	4,53,331
▪ कर्मचारी	195618

D Mart

जानिए दमानी की कहानी: वॉलमार्ट से प्रभावित, रिटेल बिजनेस के किंग माने जाते हैं

वॉलमार्ट की थ्योरी समझने कई बार अमेरिका गए

राधाकृष्ण दमानी 2002 में जब डी-मार्ट की शुरुआत कर रहे थे, उससे पहले कई बार अमेरिका जा चुके थे। वे दुनिया की सबसे बड़ी रिटेल कंपनी वॉलमार्ट के संस्थापक सैम वाल्टन की रिटेल थ्योरी को समझना चाहते थे। बाद में उन्होंने एवरी-डे लो प्राइस और एवरी-डे लो कॉस्ट जैसी थ्योरी अपनी कंपनी में लागू भी की। दमानी राजस्थान में बीकानेर के रहने वाले हैं। उनके पिता शिव किशन दमानी स्टॉक ब्रोकर थे। पिता की मौत के बाद ही दमानी स्टॉक मार्केट ब्रोकिंग बिजनेस में आए। वर्ष 2002 में डी-मार्ट ने अपना पहला स्टोर खोला था और उन्हें दूसरा स्टोर खोलने में चार साल लगे। वे ग्राहकों को पूरी तरह समझना चाहते थे। सिक्यूरिटीज मार्केट में करीब 25 साल का अनुभव रखने वाले दमानी मुंबई में चर्च गेट के पास डुप्लेक्स में रहते हैं।

राधाकृष्ण दमानी
डी मार्ट के संस्थापक

डी-मार्ट के बारे में तथ्य

35

से ज्यादा डिस्ट्रीब्यूशन सेंटर, करीब सात पैकिंग सेंटर और फुलफिलमेंट सेंटर (थर्ड पार्टी का लॉजिस्टिक वेयरहाउस) हैं कंपनी के देश में।

9000

से ज्यादा लोग काम करते हैं कंपनी में। कंपनी कॉन्ट्रैक्ट पर भी लोगों को नियुक्त करती है। कॉन्ट्रैक्ट पर 30 हजार से ज्यादा कर्मचारी हैं।

214

से ज्यादा लोकेशंस पर हैं डी-मार्ट के स्टोर देशभर में। इस रिटेल चेन के स्टोर देश के 11 राज्यों और एक केंद्र शासित प्रदेशों में हैं।

कैसे डी-मार्ट देती है ग्राहकों को इतनी बड़ी छूट

- खुद की बिल्डिंग खरीदते हैं। लीज पीरियड भी तीस वर्षों से अधिक होता है।
- एफएमसीजी इंडस्ट्री में वेंडर को 12 से 21 दिन में पेमेंट करने का ट्रेंड है। डी-मार्ट करीब 11वें दिन पेमेंट कर देता है।
- कुछ मुख्य ब्रैंड और अपने ब्रैंड का सामान ही रखते हैं। कंपनी का मानना है कि ज्यादा ब्रैंड का सामान रखना ग्राहकों को कन्फ्यूज करता है।
- इंवेंटरी टर्न ओवर टाइम करीब 30 दिन है। अधिकांश कंपनियों का 70 दिन होता है। यानी जल्दी स्टॉक खत्म करते हैं।
- नए स्टोर खोलने की रफ्तार धीमी है। रिलायंस रिटेल 2006 में शुरू हुआ और उसके 10 हजार से ज्यादा स्टोर्स हैं। जबकि डी-मार्ट 2002 में शुरू हुआ और उसके अभी 250 से कम स्टोर हैं।
- अधिकांश रिटेल स्टोर मध्यमवर्गीय रिहाइश में खोलते हैं, जहां प्रॉपर्टी की कीमत भी कम हो।

दमानी की दो बेटियों की देखरेख में चलता है डी-मार्ट का पूरा कारोबार

डी-मार्ट रिटेल चेन चलाने वाली कंपनी एवेन्यू सुपरमार्केट के संस्थापक राधाकृष्ण की तीन बेटियां हैं। बड़ी बेटी मधु, दूसरे नंबर की बेटी मंजरी का विवाह मशहूर चांडक डेवलपर के परिवार में हुआ है। मधु का विवाह अभय चांडक और मंजरी का विवाह आदित्य से हुआ है। चांडक परिवार मुंबई के नामी और रईस परिवार में से एक है। छोटी बेटी का नाम ज्योति है। डी-मार्ट चेन के स्टोर्स का बिजनेस दमानी की बड़ी बेटी मधु और दूसरे नंबर की बेटी मंजरी की देखरेख में संचालित होता है। कंपनी से जुड़े सारे अहम फैसले वे ही लेती हैं।

वो काम जो डी-मार्ट को बाकी कंपनियों से अलग करते हैं

• स्टोर किराए पर नहीं लेते

ये स्टोर किराए पर नहीं लेते। बल्कि किराए का पैसा बचाकर ग्राहकों को सस्ता सामान देने में इस्तेमाल करते हैं।

• ज्यादा ब्रैंड नहीं रखते

इनके स्टोर पर हर ब्रैंड का सामान नहीं मिलता है। ये चुनिंदा ब्रैंड रखते हैं और उन पर अच्छा ऑफर देते हैं।

• किसी मॉल में स्टोर नहीं खोलते

ये किसी मॉल या शॉपिंग कॉम्प्लेक्स में अपना स्टोर नहीं खोलते। ये शहर के किसी इलाके में अलग स्टोर खोलते हैं।

• शॉर्टकट पर यकीन नहीं रखते

हर चीज के बारे में लंबी अवधि के लिए सोचते हैं। नए स्टोर खोलना हो या नया प्रोडक्ट लॉन्च करना हो, ये हड़बड़ी नहीं करते हैं।

• वेंडर्स-सप्लायर्स का सम्मान

दमानी अपने स्टोर से जुड़े वेंडर्स और सप्लायर्स का विशेष ध्यान रखते हैं। वे उन्हें किसी भी कीमत पर निराश नहीं होने देते।

• सस्ता खरीदो, सस्ता बेचो

दमानी अपने वेंडर्स को तुरंत भुगतान करते हैं। इससे उन्हें सामान सस्ता मिलता है। फिर वो खुद उसे सस्ता बेचते हैं।

• तामझाम पसंद नहीं है

कंपनी अपने किसी प्रोडक्ट की लॉन्चिंग या ओपनिंग में तामझाम नहीं करती। खुद मालिक दमानी भी चकाचौंध से दूर काम पर फोकस करते हैं।

एवेन्यू सुपरमार्केट (डी-मार्ट) की स्थिति

▪ मार्केट कैप (14 सितंबर 2020, करोड़ रुपए)	1,40,243
▪ नेट प्रॉफिट (मार्च 2020) करोड़ रुपए	1300.9
▪ रेवेन्यू (मार्च 2020) करोड़ रुपए	24,930
▪ कर्मचारी	9000

naukri.com
India's No 1 Job Site

हमेशा समय से आगे रही नौकरी डॉट कॉम

संजीव बिखचंदानी नौकरी डॉट कॉम वेबसाइट के फाउंडर हैं। उन्होंने मार्च 1997 में इसकी स्थापना की। संजीव का सफर आसान नहीं रहा। अपनी वेबसाइट शुरू करने के बाद उन्होंने हर दिन 18 घंटे तक काम किया। जब देश में इंटरनेट दुर्लभ था, तब उन्होंने भविष्य की नब्ज को पकड़कर काम शुरू किया था।

संजीव बिखचंदानी
नौकरी डॉट कॉम के फाउंडर

ऑनलाइन बिजनेस में बादशाहत, कुल 4049 कर्मचारी काम करते हैं

नौकरी डॉट कॉम से बिजनेस की शुरुआत करने वाले संजीव बिखचंदानी की कंपनी इंफो एज इंडिया प्राइवेट लिमिटेड का अधिकांश मुनाफा अभी भी रिक्रूटमेंट संबंधी मार्केट से आता है। नौकरी डॉट कॉम ब्रैंड ही इंफो एज की पहचान है। नौकरी के अलावा अब संजीव की कंपनी वैवाहिकी, रियल एस्टेट और शिक्षा के क्षेत्र में भी बिजनेस करती है। कंपनी के देशभर में 43 शहरों में 62 ऑफिस हैं। इसके अलावा दुबई, बहरीन, रियाद और अबूधाबी में भी ऑफिस हैं। इंफो एज समूह के साथ कुल 4049 कर्मचारी काम करते हैं।

80 हजार रुपए सालाना की नौकरी छोड़ शुरू की थी कंपनी

आज 14 हजार करोड़ की संपत्ति के मालिक हैं संजीव

दिल्ली में पैदा हुए संजीव बिखचंदानी भले ही सिंधी परिवार से हैं, लेकिन उनके परिवार में किसी का बिजनेस से दूर-दूर तक नाता नहीं था। पिता सरकारी डॉक्टर थे और मां गृहिणी। मध्यमवर्गीय परिवार में पले-बढ़े संजीव का परिवार नौकरी के पेशे में यकीन रखता था। लेकिन बचपन से उनके ख्याल कुछ और थे। संजीव के बड़े भाई ने आईआईटी कानपुर से बीटेक किया। इसके बाद आईआईएम अहमदाबाद और फिर स्टेनफोर्ड से पीएचडी की। परिवार चाहता था संजीव भी उसी राह पर चलें। लेकिन संजीव की आईआईटी प्रवेश परीक्षा में अच्छी रैंक नहीं

थी। फिर तय हुआ कि इंजीनियरिंग के पांच साल के कोर्स से बेहतर है कि सामान्य ग्रैजुएशन किया जाए और संजीव ने दिल्ली यूनिवर्सिटी में इकोनॉमिक्स में एडमिशन ले लिया। ग्रैजुएशन के बाद 1995 में लिन्टास कंपनी में एग्जीक्यूटिव ट्रेनी के तौर पर नौकरी जॉइन कर तीन साल विज्ञापन विभाग में काम किया। बाद में एचएमएम में नौकरी शुरू की। एचएमएम से काम छोड़ने के बाद दिल्ली आए और डेढ़ साल बाद इंफो एज नाम की कंपनी बनाई।

सर्वेंट क्वार्टर में रहे, पिता को कमरे का किराया 800 रुपए भी देते थे

संजीव ने नौकरी छोड़ने के बाद अपने एक मित्र के साथ कंपनी शुरू की, लगे हाथ दूसरी कंपनी भी बना ली। एक कंपनी सैलरी सर्वे के लिए थी और दूसरी ट्रेडमार्क का डेटाबेस रखती थी। उस समय कंपनी बनाने से पहले ट्रेडमार्क खोजने के लिए काफी मशक्कत करनी पड़ती थी। संजीव के मित्र का ही आइडिया था कि मुंबई में ट्रेड मार्क रजिस्ट्री लाइब्रेरी है, जहां लोग लंबित आवेदन देख सकते हैं। लोग लॉ फर्म को हायर करके मैनुअली जाकर लोगों से ट्रेडमार्क की खोज करवाते थे।

सरकार को आवेदन स्वीकार या अस्वीकार करने में 5 साल लग जाते हैं, ऐसे में अगर किसी ने ब्रैंड नेम के साथ काम शुरू कर दिया और 5 साल बाद वह रिजेक्ट हो गया, तो सब खत्म हो जाता। ऐसे में संजीव और उनके दोस्त ने इसके लिए वह लाइब्रेरी लोगों के लिए तैयार की थी। संजीव ने 20 कॉलेज स्टूडेंट्स को वहां भेजा और फार्मास्युटिकल्स के लिए किए हुए सभी आवेदन की जानकारी लाने को कहा। इस डेटा को कम्प्यूटर में फीड किया और इसे खोजने के लिए सॉफ्टवेयर बनाया। इसके बाद फार्मा कंपनियों को फोन किया और कहा कि ट्रेड मार्क एप्लिकेशन से पहले हमसे बात करें, हम 350 रुपए में प्रिंटेड सर्च रिपोर्ट देंगे। वह आइडिया बहुत हिट रहा। यह अक्टूबर 1990 का समय था, जब वे पिता के एक गराज के ऊपर बने नौकरों के कमरे में काम करते थे। 1993 में पार्टनर अलग-अलग हो गए। ट्रेडमार्क का आइडिया पार्टनर का था, उसने रख लिया और संजीव ने सैलरी सर्वे कंपनी इंफो एज अपने पास रखी। अगले तीन साल सर्वेंट क्वार्टर से काम जारी रखा।

कैसे बढ़ती गई नौकरी डॉट काम

मार्च 1997
में नौकरी डॉट कॉम की शुरुआत हुई।

अप्रैल 2000
में आईसीआईसीआई इंफॉरमेशन टेक्नोलॉजी फंड ने 72.9 मिलियन इंफो एज में प्राइवेट इक्विटी के जरिए निवेश किए।

नवंबर 2000
में क्वार्डेंगल बिजनेस का अधिग्रहण किया।

सितंबर 2002
में वैंचर केपिटलिस्ट फंडिंग के बाद बिजनेस में मुनाफा शुरू हुआ।

सितंबर 2003
में नौकरी डॉट कॉम ने टेलीविजन विज्ञापन देना शुरू किया।

सितंबर 2004
में जीवनसाथी डॉट कॉम की शुरुआत की।

सितंबर 2005
में 99Acres वेबसाइट लॉन्च की।

संजीव बिखचंदानी और हितेश ओबेरॉय
(एमडी, सीईओ, इंफो एज)

जुलाई 2006
में नौकरी गल्फ डॉट कॉम शुरू की गई।

नवंबर 2006
में इंफो एज पब्लिक लिस्टेड कंपनी बनी।

अक्टूबर 2007
में स्टडी प्लेसेस डॉट कॉम शुरू की।

मई 2008
में शिक्षा डॉट कॉम शुरू की।

सितंबर 2008
में पॉलिसी बाजार डॉट कॉम शुरू की।

मई 2009
में फर्स्ट नौकरी डॉट कॉम शुरू की।

नौकरी करते हुए आया था आइडिया

काम के शुरुआती दिनों में संजीव और उनके पार्टनर छात्रों का एंट्री लेवल का सर्वे करते थे कि कंपनियां इंजीनियर्स और एमबीए को शुरुआती तौर पर कितना पैसा देती हैं। इसकी रिपोर्ट बनाकर वह 100 कंपनियों को पांच हजार रुपए में बेचते थे। बाद में इसे 10 हजार में बेचने लगे। एचएमएम में काम करते हुए संजीव ने देखा कि बिजनेस इंडिया नाम की मैग्जीन मैनेजर लेवल की नौकरियों के विज्ञापन का नंबर 1 माध्यम थी। इस मैग्जीन के 35 से 40 पेज पर विज्ञापन होते थे और ऑफिस में सभी लोग इसके बारे में खुलकर बात करते थे। संजीव ने देखा कि ऐसे कई लोग हैं, जो नौकरी ऑफर करते थे। नौकरियां भी होती थीं, लेकिन उनका विज्ञापन कहीं नहीं होता था। यहीं से संजीव के मन में इस तरह के किसी माध्यम बनाने का विचार आया। अक्टूबर 1996 में वह दिल्ली में आयोजित आईटी एशिया एग्जिबिशन में शामिल हुए। वहां एक स्टाल पर WWW लिखा हुआ देखा। वहां बैठे व्यक्ति से इसे समझा और विदेश में रह रहे भाई से वेबसाइट बनाने और सर्वर के लिए बात की। तब तक उनके मन में नौकरी डॉट कॉम बनाने का आइडिया बिजनेस की शक्ल ले चुका था।

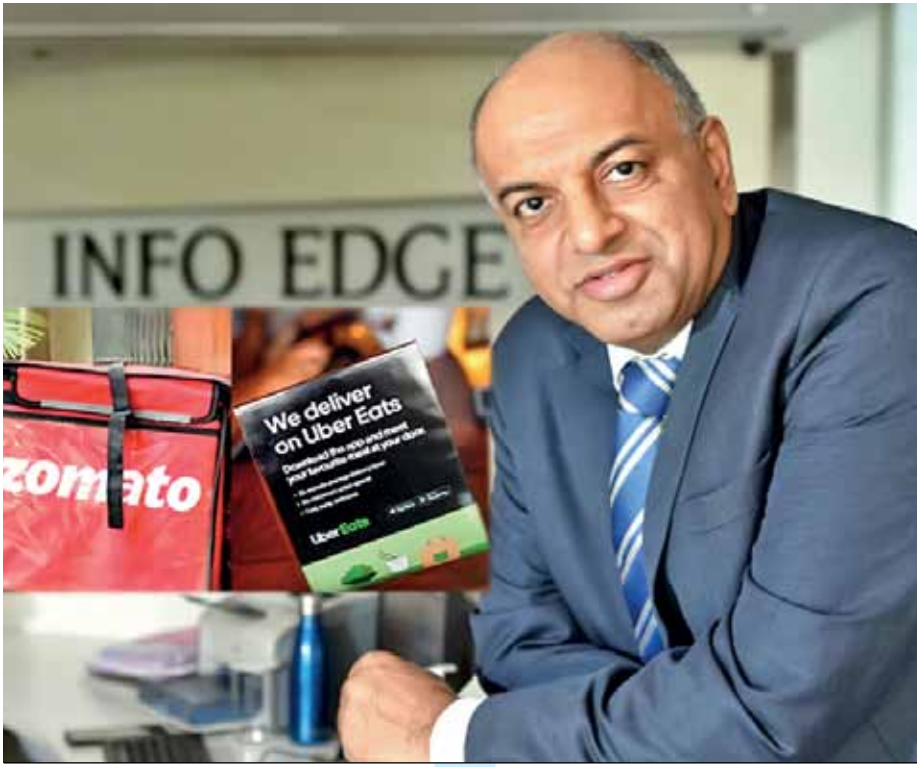
13 साल स्ट्रगल, रोज 18 घंटे काम करते थे

संजीव बताते हैं कि उन्होंने 13 साल स्ट्रगल किया। 1990 में 80 हजार रुपए सालाना की नौकरी छोड़ी। कंपनी शुरू करने के तीन साल तक कंपनी उन्हें भुगतान करने की स्थिति में नहीं थी। नेस्ले में काम कर रही पत्नी घर चलाती थीं। 1996 में उन्होंने पायोनियर अखबार के कॅरिअर सप्लीमेंट में कंसल्टिंग एडिटर का काम किया। बीच में ऐसा समय आया, जब पत्नी काम नहीं कर रही थीं, तब उन्होंने दूसरी नौकरी भी की। वह सुबह 6 बजे उठते थे, 7 बजे ऑफिस पहुंच जाते थे, 12 बजे तक काम करते थे और उसके बाद पायोनियर के ऑफिस जाते, शाम को वापस आते और फिर आधी रात तक काम करते। यह सब तीन साल चला। संजीव कहते हैं कि जोखिम का सही आकलन करते हुए उसे कम से कम करने की कोशिश करनी चाहिए। वे कहते हैं कि मैं जोखिम से हमेशा डरता था। पहले मैंने अपनी नौकरी नहीं छोड़ी, जब तक कि घर में कोई और कमाने वाला सदस्य नहीं होता। पत्नी नेस्ले में काम करती थी, तब मैंने नौकरी छोड़ी, लेकिन वीकेंड पर मैं पढ़ाता था। संजीव का शुरुआती सफर स्ट्रगल भरा रहा। 1997 में भाई ने इंटरनेट के सर्वर के लिए पैसे दिए। इसके बदले उन्हें कंपनी के 5 प्रतिशत शेयर दिए। वेबसाइट बनाने के आइडिया के साथ वह अपने एक प्रोग्रामर दोस्त के पास गए। इसके बदले 7 फीसदी शेयर दिए। एक जूनियर और मित्र सरोज को काम के एवज में 9 फीसदी शेयर दिए। और इस तरह कुछ लोग और सपोर्ट स्टाफ इकट्ठा हुआ।

आईपीओ लाने वाली देश की पहली डॉट कॉम कंपनी

▪ मार्केट कैप (14 सितं, 2020 को करोड़ रु)	44,027
▪ नेट प्रॉफिट (मार्च 2020) करोड़ रुपए	205.6
▪ रेवेन्यू (मार्च 2020) करोड़ रुपए	1360.3

इंफोएज नौकरी डॉट कॉम की पैरेंट कंपनी है।



आइडिया ही ताकत

आगे पढ़िए बेमिसाल 12 कंपनियों की कहानी। एक आइडिया से उपजी ये कंपनियां हमारे जीवन को रोज आसान और आनंददायक बना रही हैं। ये हमारे जीवन के हर क्षेत्र से जुड़ी हैं। इनका वर्चस्व आइडिया की ताकत को दर्शाता है।

दुनिया की सबसे बड़ी आयुर्वेदिक हेल्थ केयर कंपनी

डाबर की शुरुआत 1884 में डॉक्टर एस के बर्मन ने की थी। बर्मन बंगाल के एक फिजिशियन थे। उन दिनों हैजा, मलेरिया और प्लेग का प्रभाव बहुत था। ऐसे में बर्मन ने इन बीमारियों की सस्ती दवाएं तैयार करना शुरू कीं। डॉक्टर बर्मन की धीरे-धीरे ख्याति बढ़ती चली गई। आज डाबर दुनिया की सबसे बड़ी आयुर्वेदिक और नेचूरल हेल्थ केयर कंपनी है। यह सौ से ज्यादा देशों में 250 से ज्यादा उत्पाद बेचती है।

अमित बर्मन
चेयरमैन, डाबर

जब सबसे अहम फैसला लिया कि डाबर को सिर्फ प्रोफेशनल्स चलाएंगे, परिवार नहीं

मोहित मल्होत्रा, सीईओ, डाबर

1998 का साल था। डाबर बड़े बदलाव के मूड में आ चुकी थी। संस्थापक बर्मन परिवार ने महसूस किया कि कंपनी को बहुत आगे ले जाना है, तो एक बड़ा बदलाव जरूरी है। कंपनी हर वो काम कर रही थी, जो उसके उत्पादों को बहुत ऊंचाई तक ले जा रहे थे। कंपनी लंबे समय से हेल्थ सप्लीमेंट्स, तेल सहित पारंपरिक उत्पाद बेच रही थी। लेकिन अलग क्षेत्रों में भी कदम रख रही थी।

डाबर इस समय स्पेनिश कंपनी के साथ मिलकर चूइंग गम, इजरायली फर्म के साथ स्नैक फूड और फ्रेंच पार्टनर के साथ चीज़ के बिजनेस में आ चुकी थी। इसी दौर में कंपनी ने कंसल्टिंग फर्म-मैकेंजी को हायर किया, जिसने कंपनी की रणनीति को और स्पष्ट किया। मैकेंजी ने बर्मन परिवार से एक सवाल किया। वो सवाल था : क्या आपका सरनेम बर्मन होना ही आपको इस बिजनेस को चलाने के लिए सबसे ज्यादा क्वालिफाइड बनाता है? इस समय संस्थापक परिवार की चौथी और पांचवीं पीढ़ी के करीब आठ सदस्य डाबर में अलग-अलग रोल्स में थे। सवाल ने बर्मन परिवार को मंथन करने के लिए मजबूर कर दिया। और करीब-करीब रातो-रात सभी सदस्यों ने अपने एग्जीक्यूटिव पद छोड़ दिए। इसे यूं माना गया कि बर्मन्स के शीर्ष पदों पर बैठे होने की वजह से ज्यादा योग्य व्यक्तियों की हायरिंग मुश्किल हो रही थी। साथ ही यह परिवार में भी विवाद का कारण बन रहा था। अगर कोई बर्मन परफॉर्म नहीं कर रहा है तो कंपनी उसे हटा नहीं सकती थी। फैसला लिया गया कि अबसे सिर्फ प्रोफेशनल्स ही डाबर को चलाएंगे और कोई बर्मन कंपनी से सैलरी नहीं लेगा। परिवार के सदस्य सिर्फ डिविडेंड लेंगे और डाबर से बाहर अपने उपक्रम शुरू कर सकेंगे।

बर्मन परिवार ने इसे महसूस किया था कि अगर आपको लंबे समय तक चलने वाली कंपनी बनना है, साथ ही वेल्थ जेनरेशन का मॉडल भी बनना है तो आपको सही पद पर सही व्यक्ति को बिठाना होगा।

1998 के इसी अहम फैसले के बाद शीर्ष पदों पर प्रोफेशनल्स को हायर किया जाने लगा। डाबर के अपडेट्स, डिविडेंड पॉलिसी और परिवार के सदस्यों के वेंचर्स पर मंथन के लिए बर्मन परिवार की एक फैमिली काउंसिल बनी। इसलिए परिवार के सदस्यों के लिए दिल्ली में, गाजियाबाद के कॉर्पोरेट ऑफिस से दूर एक ऑफिस बनाया गया। हालांकि, कंपनी को पेशेवर रंग-रूप में ढालना आसान नहीं था।

तरक्की का सफर

1884 में डॉक्टर एसके बर्मन ने कोलकाता से डाबर की शुरुआत की।

1896 में गरहिया (बिहार) में पहली प्रोडक्शन यूनिट स्थापित हुई।

1900 के बाद शुरुआती वर्षों में कंपनी आयुर्वेदिक दवाओं के कारोबार में आ गई।

1919 में कंपनी ने अपनी पहली R&D यूनिट स्थापित की।

1936 में डाबर (डॉ. एसके बर्मन) प्राइवेट लिमिटेड के रूप में निगमित हुई।

1940 में कंपनी ने डाबर आंवला केश तेल लॉन्च किया, जो जल्द ही देश का सबसे ज्यादा बिकने वाला हेयर ऑयल बन गया। 1949 में डाबर च्यवनप्राश लॉन्च किया। यह देश का तब पहला ब्रांडेड च्यवनप्राश था।

1972 में कंपनी ने अपना बेस कोलकाता से दिल्ली शिफ्ट कर लिया।

1979 में डाबर रिसर्च एंड डेवलपमेंट सेंटर की स्थापना हुई। इसी साल साहिबाबाद में हर्बल दवाओं का अपने समय का सबसे आधुनिक प्लांट शुरू किया गया।

1986 में डाबर पब्लिक लिमिटेड कंपनी बन गई। विडोगम लिमिटेड से रिवर्स मर्जर के बाद डाबर इंडिया लिमिटेड अस्तित्व में आई।

1992 में कंपनी ने देश में कंफेक्शनरी उत्पाद बनाने के लिए स्पेन की एग्रोलिमेन के साथ जॉइंट वेंचर शुरू किया।

1993 में कंपनी ने कैंसर ट्रीटमेंट के स्पेशेलाइज्ड हेल्थ केयर में कदम रखा। हिमाचल में ऑन्कोलॉजी फॉर्म्यूलेशन प्लांट बनाया गया।

1994 में कंपनी अपना पब्लिक इश्यू लेकर आई। यह 21 गुना ओवरसब्सक्राइब हुआ।

1996 में कंपनी ने बेहतर प्रबंधन के लिए उत्पाद तीन डिविजन में बांट दिए। पहला- हेल्थ केयर प्रोडक्ट्स डिविजन, दूसरा- फैमिली प्रोडक्ट डिविजन और तीसरा- डाबर आयुर्वेदिक स्पेशेलिट्ज लिमिटेड।

तरक्की का सफर

1997 में कंपनी ने प्रोजेक्ट STARS (Strive to Achieve Record Successes) लॉन्च किया। उद्देश्य कंपनी की ग्रोथ रेट को तेजी प्रदान करना था।

1998 में कंपनी प्रोफेशनल्स के हाथों में आई। बर्मन परिवार ने खुद को सक्रिय मैनेजमेंट से अलग किया और शीर्ष पदों पर पेशेवरों की नियुक्तियां शुरू हुई।

2000 में डाबर इंडिया का टर्नओवर 1 हजार करोड़ रु. के मार्क को पार कर गया।

2005 में डाबर ने 1:1 के अनुपात में बोनस शेयर का एलान किया।

2006 में डाबर 2 बिलियन डॉलर मार्केट कैप हासिल करने वाली कंपनी बन गई।

2010 में डाबर ने अपना पहला ओवरसीज अधिग्रहण किया। डाबर ने तुर्की की होबी कॉसमेटिक ग्रुप को 69 मिलियन डॉलर में खरीद लिया।

2013 में डाबर का मार्केट कैपेटाइलजेशन 5 अरब डॉलर के मार्क को पार कर गया।

तीन प्रमुख श्रेणियों में कंपनी की नेट सेल्स

डाबर देश में तीन प्रमुख श्रेणियों में अपने उत्पाद बेचती है।

- पहलीः **हेल्थ केयर**
- दूसरीः **होम एंड पर्सनल केयर**
- तीसरी श्रेणीः **फूड**

श्रेणी	2017-18	2018-19
हेल्थ केयर	1,667	1,894
होम एंड पर्सनल केयर	2,650	2,965
फूड	946	1,003

राशि करोड़ रुपए में

डाबर
एक भारतीय मल्टीनेशनल

9 देशों
में मैन्युफैक्चरिंग

28.2%
रेवेन्यू इंटरनेशनल बिजनेस से आता है कंपनी का।

डाबर : संस्थापक से मौजूदा पीढ़ी तक

डॉक्टर एसके बर्मन ने डाबर की स्थापना की थी। उनकी चौथी और पांचवीं पीढ़ी के सदस्य अब डाबर को संभाल रहे हैं। उनका कंपनी में सीधा दखल नहीं है। वे फैमिली काउंसिल के जरिए डाबर से जुड़े हुए हैं। साथ ही अपने वेंचर्स संभाल रहे हैं। ये हैं प्रमुख चेहरे।

डाबर की मार्केट स्थिति

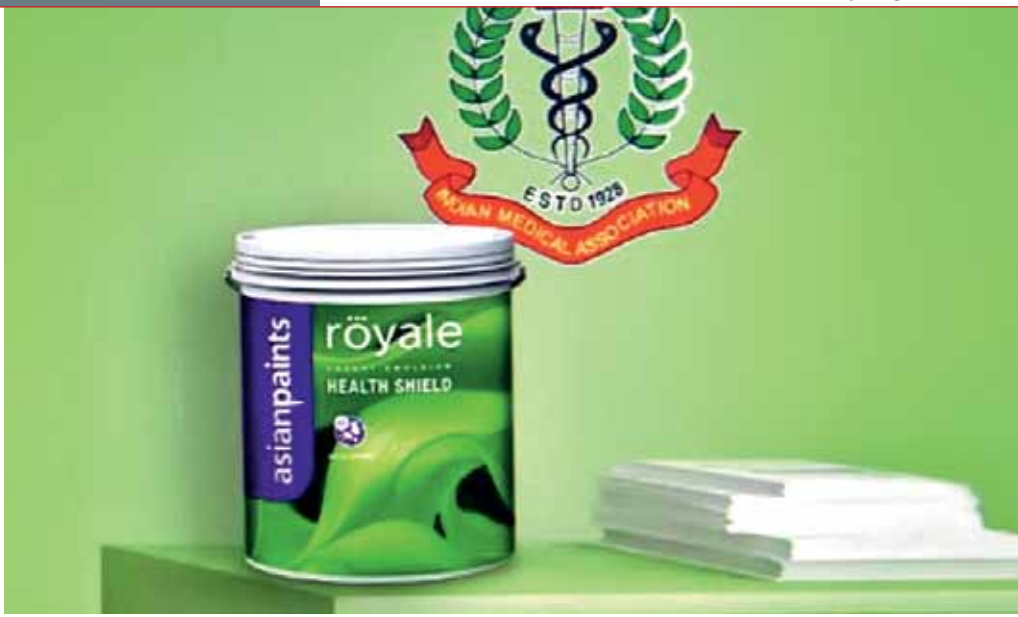
▪ मार्केट कैप (करोड़ रुपए)	89,758
▪ नेट प्रॉफिट (2019-20) करोड़ रुपए	1,445
▪ रेवेन्यू (2019-20) करोड़ रुपए	8,704
▪ कर्मचारी	7,740

asianpaints

‘हर घर कुछ कहता है...’ देश की नंबर वन पेंट कंपनी की कहानी...

1942 में अंग्रेजों के खिलाफ आंदोलन चरम पर था और अंग्रेजों ने पेंट के आयात पर प्रतिबंध लगा दिया था। इसी दौरान देश की सबसे बड़ी पेंट कंपनी का जन्म हुआ। बॉम्बे (अब मुंबई) में रहने वाले चार दोस्तों ने एक छोटे से गराज में एक पेंट कंपनी की नींव रखी। आज यह एशिया की तीसरी सबसे बड़ी पेंट कंपनी है। साठ देशों में इसके ग्राहक हैं। यह दुनिया की नवीं सबसे बड़ी पेंट कंपनी है। 70 हजार से ज्यादा डीलर्स का नेटवर्क कंपनी के पास है।

अमित सिंगल
एमडी& सीईओ



एक गराज से इस तरह जन्मी चार दोस्तों की कंपनी

1942 में चार दोस्तों ने एक छोटे से गराज में एक पेंट कंपनी की नींव रखी। उस समय अंग्रेजों के खिलाफ आंदोलन चरम पर था और अंग्रेजों ने पेंट के आयात पर प्रतिबंध लगा दिया था। इससे लोगों के पास सीमित विकल्प बचे थे। इस कमी को चार मित्रों चंपकलाल चोकसी, चिमनलाल चोकसी, सूर्यकांत दानी और अरविंद वकील ने महसूस किया और 'एशियन ऑइल एंड पेंट कंपनी प्राइवेट लिमिटेड' की स्थापना की। 1945 में एशियन पेंट्स ने देश भर में डिलीवरी सिस्टम को सरल बनाने के लिए बड़े टिन के बजाय छोटे पेंट पैकेट का निर्माण किया और यही रणनीति उसकी सफलता का सूत्रधार भी बनी।

छोटे वितरकों के साथ करार

कंपनी ने हर कोने में छोटे-छोटे वितरकों के साथ करार किया। इससे कंपनी सफलता के पायदान चढ़ती गई। उस जमाने में कंपनी ने एक साल में केवल पांच रंग विकल्पों के साथ 3.5 लाख रुपए की कमाई की थी। 1967 तक एशियन पेंट्स का वार्षिक कारोबार 23 करोड़ रुपए पहुंच गया था। 1957 और 1966 के बीच, एशियन पेंट्स ने, बामर लॉरी जैसी ब्रिटिश फर्म को अपने ग्राहक सूची में शामिल कर अपनी पेशेवर छवि बनाने का काम किया।

1967 में एशियन पेंट्स भारत की अग्रणी पेंट निर्माता कंपनी बनकर उभरी और उसके लिए किसी भी तरह की कोई अंतरराष्ट्रीय प्रतियोगिता नहीं थी। और एक दशक बाद, उन्होंने फिजी में अपना पहला उद्यम स्थापित किया।

कैसे बढ़ती गई कंपनी

1945 में कंपनी की स्थापना हुई।

1965 में कंपनी का नाम बदलकर एशियन पेंट्स (इंडिया) प्राइवेट लिमिटेड किया गया।

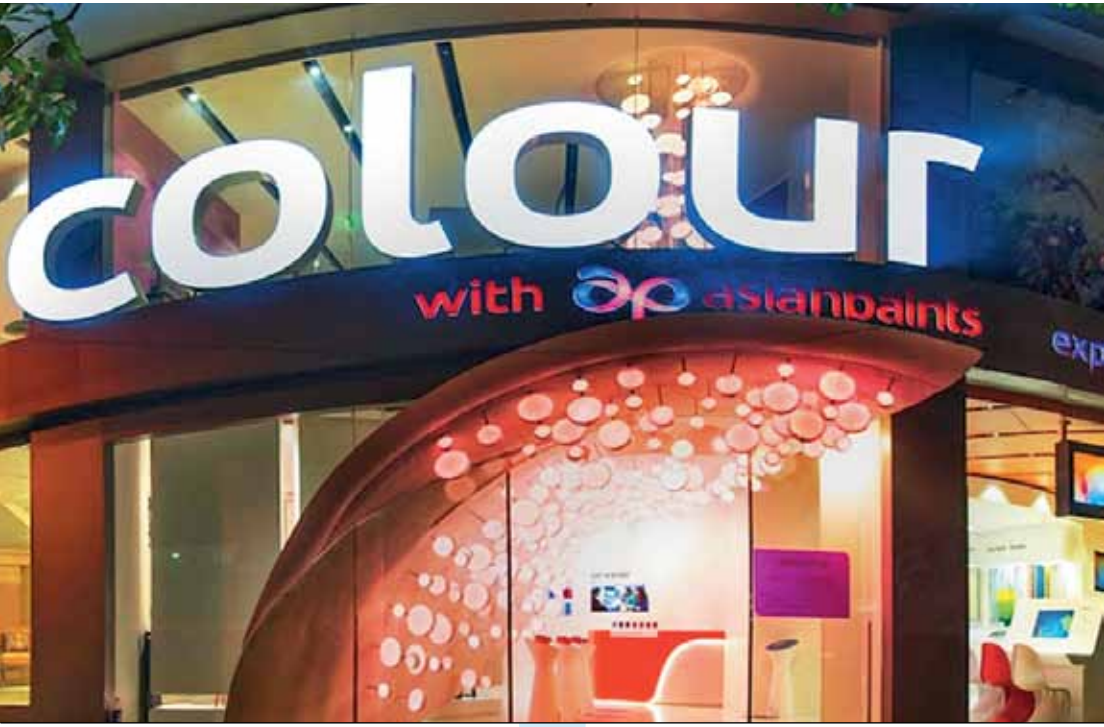
1973 में यह पब्लिक लिमिटेड कंपनी बनी।

1985 में कंपनी ने हैदराबाद के नजदीक पटनचेरु नामक जगह पर तीसरा मैन्युफैक्चरिंग प्लांट लगाया। इसकी क्षमता 15 हजार मीट्रिक टन पेंट्स और इनेमल की थी।

1991 में एशियन पेंट्स ने पेंटेशिया केमिकल्स लिमिटेड के 19 लाख इक्विटी शेयर खरीद लिए और इस तरह पीसीएल एशियन पेंट्स की सब्सिडरी कंपनी बन गई।

1999 में श्रीलंका स्थित डेल्मगे फोरसिथ एंड कंपनी के 76 प्रतिशत शेयर खरीदे। ओमान में स्थानीय कंपनी के सहयोग से प्लांट शुरू किया।

2002 में बर्जर इंटरनेशनल सिंगापुर के 50.1 फीसदी स्टेक खरीद लिए।



15 देशों में उत्पादन कर रही है कंपनी

एशियन पेंट्स, पेंट्स, केमिकल्स, वाल कवरिंग, टेक्सचर्स, पेंटिंग्स एड, वाटरप्रूफिंग सॉल्यूशंस, वाल स्टिकर्स, मैकेनाइज्ड टूल्स, किचन फिटिंग्स, बाथ फिटिंग और सैनिटरी वेयर, सैनेटाइजर्स और सरफेस डिसइंफेक्टेंट्स, एडहेसिव्स, किचन एंड वार्डरोब जैसे उत्पाद बनाती है। इसके अलावा होम पेंटिंग सर्विसेस, इंटीरियर डिजाइन सर्विसेस, एक्सपीरियंस रिटेल स्टोर, कलर कंसल्टेंसी, प्रोजेक्ट्स और सैनिटाइजेशन सर्विसेस भी दे रही है। कंपनी 15 देशों में उत्पादन कर रही है। इसके देश में 11 पेंट मैन्युफैक्चरिंग लोकेशन पर प्लांट्स काम कर रहे हैं। कंपनी की सबसे ज्यादा आय डेकोरेटिव कोटिंग्स से होती है। 2019-20 की रिपोर्ट के अनुसार इससे कंपनी को 16922 करोड़ रुपए की आय हुई।

इनोवेशन में हमेशा आगे रही है एशियन पेंट्स

एशियन पेंट्स इनोवेशन के मामले में हमेशा से आगे रही है। 1970 में कंपनी ने अपना पहला मेनफ्रेम कंप्यूटर खरीदा था, उस समय कंप्यूटर का लोगों ने नाम तक नहीं सुना था। 1970 के मध्य में कलर कंप्यूटरीकृत कलर मैचिंग मशीन लगाई। 1980 तक तो सभी शाखाओं में कंप्यूटर आ चुके थे। 1960 में ही कंपनी ने देश के ख्यात इंजीनियरिंग और मैनेजमेंट संस्थाओं से प्रतिभाशाली छात्रों को अपने साथ काम करने के लिए चुनना शुरू कर दिया था।

ट्रेंडसेटर रही है एशियन पेंट्स

विज्ञापन और प्रचार-प्रसार के मामले में भी कंपनी का कोई सानी नहीं है। 'हर घर कुछ कहता है..' कंपनी की पंचलाइन है। 1984 में पहला टीवी विज्ञापन, 90 के दशक की शुरुआत में कॉल सेंटर का संचालन और 1998-99 की शुरुआत में एक वेबसाइट बनाकर एशियन पेंट्स ट्रेंड सेटर बन गई थी। कंपनी सोशल मीडिया की लोकप्रियता का फायदा उठाने से भी पीछे नहीं रही है और फेसबुक, ट्विटर और यूट्यूब पर उनके लाखों फॉलोअर्स हैं। 2004 में एशियन पेंट्स का नाम फोर्ब्स बेस्ट अंडर बिलियन कंपनी इन द वर्ल्ड की सूची में शामिल किया गया। 2014 में फोर्ब्स की मोस्ट इनोवेटिव ग्रोथ कंपनी सूची में रही। 2014 में ही एशिया की फेब 50 कंपनी में रही। 2019 में यह दुनिया के बेस्ट एंप्लॉयर सूची में भी शामिल रह चुकी है।

लक्ष्मण ने बनाया था गट्टू

1954 में कंपनी ने मार्केटिंग शुरू की। इसके लिए महान कार्टूनिस्ट आरके लक्ष्मण ने गट्टू नाम (उत्तर भारत में एक आम नाम) के बच्चे का एक छोटा-सा पोस्टर तैयार किया जिसके हाथ में एक पेंट बाल्टी और ब्रश दिखाया गया। एशियन पेंट्स ने एक प्रतियोगिता शुरू की थी, जिसमें प्रतिभागियों को आरके लक्ष्मण द्वारा बनाई गई आकृति का नाम रखना था। इस प्रतियोगिता के विजेता के लिए 500 रुपए का इनाम भी रखा गया था। प्रतियोगिता में 47,000 लोगों ने भाग लिया और इनमें से बॉम्बे के दो लोगों ने 'गट्टू' नाम भेजा था।

एशियन पेंट्स की स्थिति

▪ मार्केट कैप (18 सितंबर 2020 के अनुसार) करोड़ रुपए	1,94,602
▪ रेवेन्यू (2019-20) करोड़ रुपए	20,515
▪ नेट प्रॉफिट (2019-20) करोड़ रुपए	2,654
▪ कर्मचारी	7500 से ज्यादा।

(मार्च 2020 को जारी वार्षिक रिपोर्ट के अनुसार- आंकड़े करोड़ रुपए में)

ड्राइवर ने गाड़ी से उतार दिया था तब आया था ओला का आइडिया

ओला की शुरुआत 2010 में ओलाट्रिप डॉट कॉम नाम की एक वेबसाइट के साथ हुई थी। यह वेबसाइट लोगों को वीकेंड ट्रिप्स का पैकेज देती थी। इसलिए शुरुआत में लोग इसे ट्रैवल कंपनी बोलने लगे थे। बाद में यह देश की सबसे बड़ी एप बेस्ड ट्रांसपोर्टेशन कंपनी बनी।

भाविश अग्रवाल
फाउंडर, ओला

ओला के शुरू होने की कहानी

ग्राहकों की परेशानी को समझा, यही सफलता का मूलमंत्र बना

कंपनी के संस्थापक भाविश अग्रवाल आईआईटी से पढ़े हुए थे। एक मध्यमवर्गीय परिवार के लिए इससे ज्यादा गर्व की बात क्या होती? भाविश दुनिया की शीर्ष कंपनियों में शामिल माइक्रोसॉफ्ट में शानदार नौकरी भी करते थे। नौकरी के शुरुआती वर्षों में ही भाविश ने दो पेटेंट भी हासिल कर लिए थे। सब कुछ ठीक चल रहा था। लेकिन किस्मत में कुछ और था। हमेशा कुछ बड़ा करने की सोचने वाले भाविश कहते हैं- मैं हमेशा से ही खुद का कुछ शुरू करना चाहता था और यही वजह थी कि मैं विकल्प तलाश रहा था। लेकिन मैं समाज की किसी समस्या का समाधान भी करना चाहता था। ओला कंपनी की स्थापना का आइडिया एक ट्रिप के बाद आया। बेंगलुरु से बांदीपुर की यात्रा में भाविश ने कार किराए पर बुक की थी। यात्रा का अनुभव बेहद खराब रहा। बीच रास्ते में ड्राइवर से किराए को लेकर बहस हुई। गाड़ी रोककर ड्राइवर ने और पैसे देने की मांग की। मना करने पर सफर वहीं रोकने की धमकी दी। भाविश को कार छोड़कर बाकी यात्रा बस से करनी पड़ी। भाविश को लगा कि इस समस्या का सामना उनके जैसे कई कस्टमर्स कर रहे हैं। ये लोग क्वालिटी कैब सर्विस की तलाश में है। यहां भाविश को पहली बार कैब बुकिंग सर्विस में क्षमताएं नजर आईं। बाद में उन्होंने अपने दोस्त और कंपनी के सहसंस्थापक अंकित भाटी के साथ ओला की शुरुआत की।

आईआईटी की पढ़ाई ने मदद की

अपने टेक्नोलॉजी बैकग्राउंड के चलते भाविश ने कैब सर्विसेज और टेक्नोलॉजी को एक साथ जोड़ने के बारे में सोचा। ताकि कस्टमर्स को ऑनलाइन कार रेंटल बुकिंग्स, रिव्यू व रेटिंग के जरिए बेहतर क्वालिटी आश्वासन और कार व ड्राइवर के बारे में पूरी सूचना मिल पाए। अगस्त 2010 में भाविश ने ओला कैब्स की शुरुआत के लिए नौकरी छोड़ दी। दिलचस्प है कि भाविश जैसी सोच रखने वाले उनके मित्र अंकित भाटी नवंबर 2010 में उनके भागीदार बने। अंकित ने भी आईआईटी से एमटेक और सीएडी (ऑटोमेशन) की डिग्री प्राप्त की थी। भाविश बताते हैं, जब मैंने शुरुआत की तो मेरे माता-पिता सोच रहे थे कि मैं ट्रैवल एजेंट बनने जा रहा हूं। उन्हें समझा पाना काफी मुश्किल था, लेकिन जब ओला कैब्स को पहली फंडिंग हासिल हुई तो उन्हें मेरे स्टार्टअप पर कुछ भरोसा हुआ।

छोटे से कमरे से शुरू हुआ ऑफिस

ओला की शुरुआत मुंबई में एक 10x12 फीट के कमरे से हुई थी। बाद में वक्त के साथ कंपनी बढ़ती गई और आज ओला देश का सबसे जल्दी यूनीकॉर्न क्लब में शामिल होने वाला स्टार्टअप बन गया है।

शुरुआत में लोग मजाक उड़ाते थे

भाविश ने जब नौकरी छोड़कर ओला की बात की तो दोस्तों और मिलने वालों ने मजाक उड़ाया। लुधियाना में रहने वाले मध्यमवर्गीय परिवार के बच्चे के लिए नौकरी छोड़कर अपना बिजनेस करना बड़ी बात थी।

250 से ज्यादा शहरों में है ओला कैब सर्विस। ये शहर भारत, ऑस्ट्रेलिया न्यूजीलैंड और ब्रिटेन के हैं।

15 लाख से ज्यादा ड्राइवर पार्टनर हैं ओला कैब के।

7000 कर्मचारी काम करते हैं ओला में।

$5.7 बिलियन वैल्युएशन है कंपनी की जनवरी 2020 में।

अंकित भाटी
फाउंडर, ओला

भाविश अग्रवाल : 24 साल के युवा का आत्मविश्वास कभी नहीं डिगा

खुद पर हमेशा भरोसा रहा

दिसंबर 2010 में जब भाविश अग्रवाल ने कंपनी शुरू की तो देश में स्टार्टअप का माहौल आज जैसा नहीं था। फंडिंग मिलना मुश्किल होता था। तब भाविश 24 साल के थे। लेकिन आत्मविश्वास में कमी नहीं थी। बाद में सॉफ्टबैंक जैसे बड़े संस्थान की फंडिंग मिली। रतन टाटा जैसे लोगों ने कंपनी में निवेश किया।

ड्राइवर भी बने, पर पीछे नहीं हटे

शुरुआत में भाविश ने कंपनी का हर काम खुद ही किया। कस्टमर सपोर्ट संभालने से लेकर उन्होंने गाड़ी अटैच कराने आए ड्राइवर्स का फोटो भी खुद ही खींचा। एक बार तो एक ड्राइवर उपलब्ध नहीं होने के कारण वे खुद ड्राइवर बनकर कस्टमर को घर छोड़ने गए। बाद में कई बार ऐसा हुआ।

दुनिया की सबसे बड़ी कॉफीहाउस कंपनी

हॉवर्ड डी शुल्ज

'स्टारबक्स' की सफलता की कहानी इस किरदार के बिना अधूरी है। बात 1953 की है, न्यूयॉर्क के एक गरीब परिवार में हॉवर्ड डी शुल्ज का जन्म हुआ। हाई स्कूल में फुटबॉल खेलने की वजह से उन्हें एथलेटिक स्कॉलरशिप मिली, जिसकी वजह से वो नॉर्दर्न मिशिगन यूनिवर्सिटी पहुंच पाए। लेकिन कॉलेज पहुंचते ही उन्होंने फुटबॉल छोड़ दिया और फीस के लिए लोन लिया। इस लोन को चुकाने के लिए बारटेंडर बने और कुछ दफा खून तक बेचा। ग्रैजुएशन के बाद बड़ी कंपनी जीरॉक्स में तीन साल तक सेल्स मैनेजर के रूप में काम किया। फिर एक स्वीडिश कंपनी जॉइन की जो होम अप्लायंसेस बेचने का काम करती थी।

यह कंपनी 'स्टारबक्स' को कॉफी मशीन भी दिया करती थी। हॉवर्ड का ध्यान 'स्टारबक्स' ने खींचा और उन्होंने इसके मालिकों गेराल्ड बाल्डविन और गॉर्डन बोकर से मुलाकात की और हॉवर्ड 'स्टारबक्स' से जुड़ गए। कंपनी में हॉवर्ड को बतौर निदेशक, रिटेल ऑपरेशन्स और मार्केटिंग की जिम्मेदारी दी गई। उस वक्त केवल तीन स्टारबक्स स्टोर्स हुआ करते थे। 1985 में हॉवर्ड ने 'स्टारबक्स' छोड़ दी क्योंकि दोनों मालिकों से उनकी बनी नहीं। हॉवर्ड ने अपनी कॉफी कंपनी खोल ली। नाम रखा 'इल जिओनाले'। दो साल के भीतर ही यानी 1987 में इस कंपनी ने 'स्टारबक्स' को खरीद लिया।

1992 में 'स्टारबक्स' पब्लिक कंपनी बन गई। सन् 2000 में कंपनी का विस्तार बहुत तेजी से हुआ। इस शानदार वक्त के बाद 2008 में कंपनी ने बुरा दौर भी देखा। इस एक साल में कंपनी के 7100 स्टोर्स बंद हो गए। फिर वापसी के लिए स्तरीय प्रोडक्ट पर पूरा ध्यान केंद्रित किया गया और आक्रामक एड कैम्पेन तैयार किए गए। इन विज्ञापनों की कॉपी का लब्बोलुआब था 'अगर आपकी कॉफी परफेक्ट नहीं है तो हम उसे बनाएंगे, अगर यह तब भी परफेक्ट नहीं हो तो इसका मतलब है कि आप स्टारबक्स में नहीं हैं।' 2014 में इसका असर तब दिखा जब 16 बिलियन डॉलर का सालाना रेवेन्यू सामने आया।

यह भी जानिए

हॉवर्ड ने अपनी कंपनी में निवेश के लिए 242 निवेशकों से मुलाकात की थी, जिनमें से 217 ने इनकार कर दिया था।

स्टारबक्स कॉर्प. की स्थिति

▪ मार्केट कैप (बिलियन डॉलर में)	98.07
▪ नेट प्रॉफिट (सितंबर 19) बिलियन डॉलर	3.5
▪ रेवेन्यू (सितंबर 19) बिलियन डॉलर	26.5
▪ कर्मचारी	3,46,000

'मिस्ड कॉल' से हुई खीज की देन है 'ट्रूकॉलर'

ऐलन मामेडी

अपनी बैचलर की पढ़ाई 2004 में पूरी करने के बाद ऐलन मामेडी (Alan mamedi) ने 'फोन हाउस' में सेल्समैन की नौकरी शुरू की। यहां दो साल काम करने के बाद उन्होंने एक के बाद एक... कई कंपनियां खोलीं। पहली कंपनी थी 'बिडिंग डॉट से'। लगभग हर साल वो एक ऐसी ही कंपनी शुरू करते गए। 2009 तक यह सिलसिला चला, जब तक उन्होंने 'ट्रूकॉलर' नहीं शुरू कर ली। ऐलन और उनके पुराने दोस्त नामी जारिंघलम, दोनों ही अक्सर चर्चा करते थे। कैसे इंटरनेट ने पुरानी यलो पेजेस डायरेक्ट्रीज को किनारे कर दिया, लेकिन अब पर्सनल फोन नंबर्स के सत्यापन जैसी कोई चीज ही नहीं रह गई थी। सर्च इंजन्स पर नाम से नंबर सर्च किए जा सकते थे, लेकिन ये अमूमन गलत ही होते थे। इस सोच को बल तब मिला जब किसी अनजाने नंबर से उन्हें मिस्ड कॉल्स आने लगे। इस नंबर पर फिर से फोन करके उस इंसान का पता लगाने के सिवाय उनके पास कोई चारा नहीं था, ये एक रिश्तेदार का नंबर था, लेकिन इससे दोनों दोस्तों में खूब चिढ़ पैदा हुई। इसी से उन्होंने मोबाइल यूजर को उस नंबर की जानकारी देने की ठानी, जो उसके मोबाइल में सेव नहीं है।

2009 में जब 'ट्रूकॉलर' ऑनलाइन जारी किया गया तो हफ्तेभर में इसे दस हजार डाउनलोड्स मिले। ये वो वक्त था जब एप स्टोर से कोई भी एप डाउनलोड करना एक झंझटभरा काम होता था। इस रिस्पॉन्स से दोनों प्रोत्साहित हुए और दोनों ने अपनी रकम को इसमें झोंक दिया, लेकिन समझदारी के साथ। सालभर में ही ये एप इतना मजबूत हो गया कि दोनों ने अपनी नौकरी छोड़ इस पर पूरा ध्यान केंद्रित किया। 2014 में भारत इसका सबसे बड़ा बाजार बना। उस वक्त भारत के चार में से एक मोबाइल उपभोक्ता के पास यह एप थी।

यह भी जानें

2015 में कंपनी ने 'ट्रूमैसेंजर' भी लॉन्च किया, जो एसएमएस भेजने वाले की जानकारी देता है। यह दुनिया की सबसे बड़ी कॉलर आईडेंटिफिकेशन सर्विस है।

पहला मल्टीप्लेक्स देने वाली 'पीवीआर' की कहानी

अजय बिजली

एक आज्ञाकारी बेटे की तरह अजय बिजली ने अपने पिता का बिजनेस 'अमृतसर ट्रांसपोर्ट कंपनी' को केवल 22 साल की उम्र में ही जॉइन कर लिया था। यह 1988 की बात है। इस व्यापार में उन्होंने अपना 100 फीसदी दिया, लेकिन उन्हें कभी भी इससे वो संतुष्टि नहीं मिलती थी। वे साफतौर पर जानते थे कि उन्हें कुछ और करना है.. इस 'कुछ और' की तलाश में करीब 12 साल गुजर गए। 1990 में जब अजय की शादी हुई तो पिता से हिम्मत कर कहा कि अपना कुछ अलग करना चाहते हैं, लेकिन अभी भी सवाल वहीं था... 'क्या करना है'।

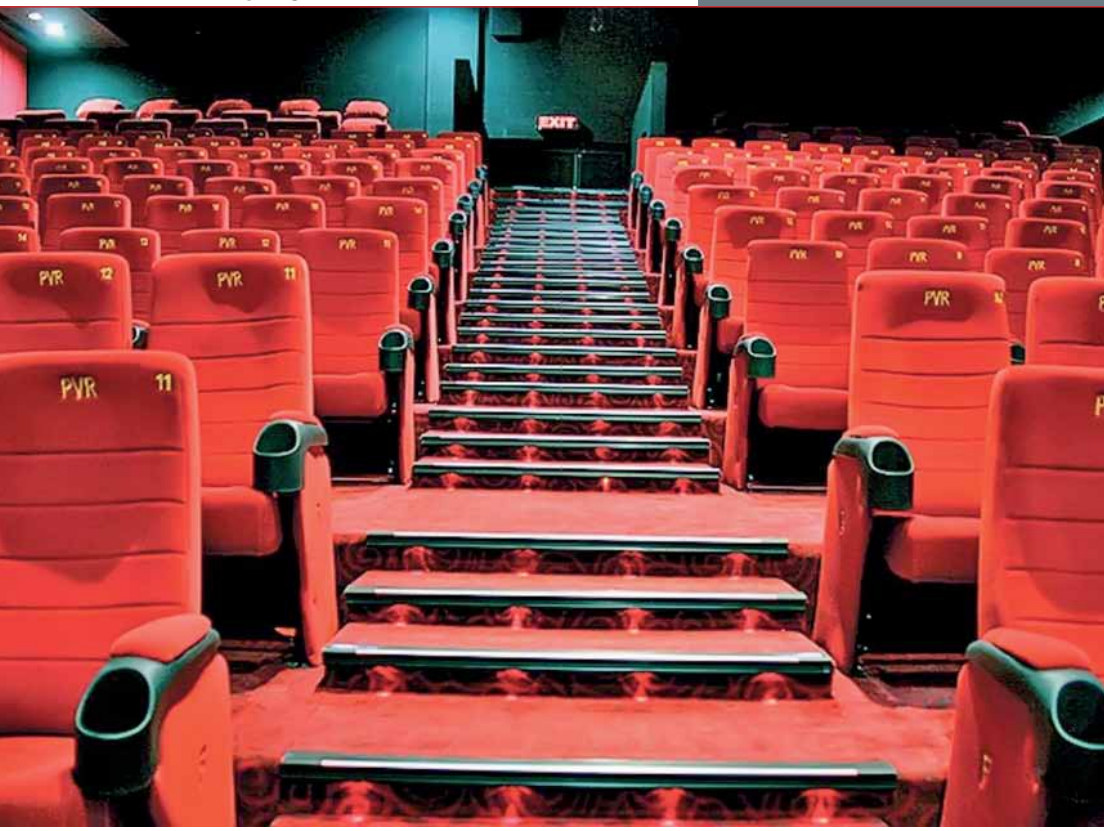
इसी दौरान अजय ने अपने पिता के दिल्ली स्थित 'प्रिया सिनेमा' को देखना शुरू किया था। इसे उनके पिता ने 1978 में खरीदा था। यह प्रॉपर्टी अपनी चमक खो चुकी थी और आसपास के सिनेमाघरों की चमक में गुम हो रही थी। अजय ने तय किया कि वे इसमें नई जान फूंकेंगे। यहीं से उनका सिनेमा बिजनेस से अफेअर शुरू हुआ। थोड़े ही वक्त में अजय ने 'प्रिया' को एकदम बदल दिया। जब सब अच्छा चल रहा था तो 1992 में बिजली परिवार को तगड़ा झटका लगा, जब अजय के पिता नहीं रहे। अजय को अब सिनेमा के साथ ट्रांसपोर्ट भी संभालना पड़ गया। दिन में वे ट्रांसपोर्ट पर रहते और शाम को 'प्रिया' आ जाते। बुरा दौर खत्म नहीं हुआ था, एक आग में ट्रांसपोर्ट बिजनेस तबाह हो गया और परिवार वित्तीय दिक्कतों में फंस गया। ऐसे दौर में अजय ने मां से बात की और तय किया कि उन्होंने विदेश में मल्टीप्लेक्सेस देखे हैं और ऐसा ही कुछ वे देश में शुरू करेंगे। यह कैसे करना है.. इसकी खोज-बीन में एक विदेशी वितरक के संपर्क में आए, जिसने बताया कि ऑस्ट्रेलिया की कंपनी 'विलेज रोडशो' भारत आने की इच्छुक है। अजय ने तुरंत कंपनी के एमडी से बात की। मामला जम गया और जॉइंट वेंचर का नाम तय हुआ 'प्रिया विलेज रोडशो' यानी 'पीवीआर'।

यह भी जानें

2006 में कंपनी स्टॉक एक्सचेंज में लिस्ट हुई। देश में पीवीआर की 836 स्क्रीन्स हैं।

जिसने देश में मल्टीप्लेक्स को जन्म दिया

विदेशी कंपनी चाहती थी पहला वेंचर 'प्रिया' से शुरू हो, लेकिन अजय तैयार नहीं हुए। दिल्ली के साकेत इलाके के अनुपम सिनेमा को लीज पर लिया गया और भारत के पहले मल्टीप्लेक्स का 1997 में जन्म हुआ, जिसमें चार स्क्रीन थीं, नाम था 'पीवीआर अनुपम'। सन् 2000 तक पीवीआर के पास 12 स्क्रीन्स हो गई थीं। 11 सितंबर को अमेरिका पर हुए आतंकी हमले से पूरी दुनिया का माहौल बदला और ऑस्ट्रेलियाई कंपनी ने 'पीवीआर' से हाथ खींच लिए। बुरे दौर में बाजार से जुटाए 40 करोड़ देकर कंपनी पर पूरा हक हासिल किया गया। कंपनी फंड जुटाती रही और विस्तार करती रही। माहौल समझते हुए फिल्म प्रोडक्शन भी शुरू किया और कई हिट फिल्में बनाईं। फिल्में फ्लॉप होना शुरू हुईं तो मल्टीप्लेक्स की कमाई सहारा बनी। सफलता के नए आयाम पर कंपनी तब पहुंची जब 2012 में 530 करोड़ में 'सिनेमैक्स' को खरीदकर यह देश की सबसे बड़ी मल्टीप्लेक्स चेन बन गई।



पीवीआर की मार्केट स्थिति

▪ मार्केट कैप (22 सितं, 20, करोड़ रुपए में)	6154
▪ नेट प्रॉफिट (2019-20) करोड़ रुपए में	27.3
▪ रेवेन्यू (2019-20) करोड़ रुपए	3452
▪ कर्मचारी	1600

घाटे से उबरने के लिए 'स्टार्टअप' बन गई थी 'लिवाइस'

लेवी स्ट्रॉस

20 मई 1873 इसलिए ऐतिहासिक दिन है, क्योंकि इसी दिन लेवी स्ट्रॉस (Levi Strauss) ने दुनिया की पहली ब्लू जीन्स बनाई थी। पहली जीन्स के बनने से ही कंपनी की सफलता का दौर शुरू हो गया था। 1902 में लेवी की मौत के बाद उनकी जायदाद चार भतीजों और परिवार में बंट गई। परिवार ने इस व्यापार को बढ़िया संभाला। 1920 में जो जीन्स बनाई गई उसे हम मॉडर्न जीन्स कह सकते हैं। यह पूरे अमेरिका में कामकाजी लोगों के बीच लोकप्रिय हुई। 1950 से 1980 के दौर में युवाओं के बीच यह पॉपुलर हुई।

1990 से कंपनी का वक्त ही बदल गया क्योंकि ब्लू जीन्स का खुमार पूरी दुनिया पर चढ़ चुका था। यह अब सिर्फ युवाओं तक सीमित नहीं थी, हर उम्र के लोगों को ब्लू जीन्स चाहिए थी। 'लिवाइस' अब एक छोटे व्यापार से दुनिया का सबसे ज्यादा लोकप्रिय ब्रैंड बन चुका था। लेकिन ऐसा नहीं है कि जन्म से लेकर अभी तक कंपनी ने सिर्फ मुनाफा ही बटोरा। 1997 से शुरू हुआ कठिन दौर 2015 तक चला। इन वर्षों में कंपनी ने नुकसान भी झेले और धीमी ग्रोथ भी। ये वो दौर था जब दुनिया में जीन्स की मांग घट रही थी।

कंपनी को अपने 11 प्लांट्स बंद करना पड़ गए। 6400 कर्मचारियों को नौकरी से निकाला गया, ताकि 80 मिलियन डॉलर की कटौती लागत के हिस्से से हटे। टॉप पर आराम फरमा रही कंपनी 40 प्रतिशत के नेट लॉस में फंस चुकी थी। टॉप मैनेजमेंट ने घाटे से उबारने के लिए कंपनी से 160 साल पुराने स्टार्टअप जैसा बर्ताव शुरू किया। नए टारगेट तय हुए, वूमन्स क्लोदिंग पर ध्यान दिया गया। भारत, रूस और चीन जैसे नए बाजारों में कंपनी ने अपने स्टोर खोले। ई-कॉमर्स पर फोकस किया। ये सभी एक्शन सटीक बैठे और कंपनी ने 2017 में लंबे अरसे बाद 7.1 बिलियन डॉलर का सालाना रेवेन्यू पेश किया।

यह भी जानें

लेवी ने डेनिम का जो फ्रेबिक बनाया, वो मजदूरों के लिए था। लेवी ने अपना बनाया कपड़ा कभी खुद नहीं पहना।

लिवाइस की स्थिति

▪ मार्केट कैप (बिलियन डॉलर में)	4.76
▪ नेट प्रॉफिट (नवंबर 2019) बिलियन डॉलर	0.394
▪ रेवेन्यू (नवंबर 2019) बिलियन डॉलर	5.7
▪ नेटवर्थ (बिलियन डॉलर)	1.5
▪ कर्मचारी	15,800

सिर्फ टेक्नोलॉजी के दम पर 'रोलेक्स' सबसे खास घड़ी बनी

हैन्स विल्सडोर्फ

'रोलेक्स' आज जिस मुकाम पर है सिर्फ और सिर्फ एक इंसान इसके पीछे है... हैन्स विल्सडोर्फ (Hans Wilsdorf)। हैन्स का जन्म 1881 में जर्मनी में हुआ था। उनके परिवार का एक हार्डवेयर स्टोर था, उन्हें आगे चलकर यही संभालना था। 12 साल की उम्र में एक के बाद एक उनके माता-पिता चल बसे। हैन्स और उनके भाई-बहन, रिश्तेदारों के भरोसे हो गए। रिश्तेदारों ने पारिवारिक बिजनेस बेच दिया और सारा पैसा विल्सडोर्फ ट्रस्ट में जमा करवा दिया। हैन्स को बोर्डिंग स्कूल भेज दिया गया। स्कूल से निकलकर उन्होंने स्विट्जरलैंड के जेनेवा की पर्ल डिस्ट्रीब्यूशन कंपनी में काम शुरू किया और व्यापार को समझना शुरू किया। कुछ समय बाद वो घड़ी के एक एक्सपोर्टर के यहां काम करने लगे। यहां वो ट्रांसलेटर का काम करते थे। यहीं उन्होंने तय किया कि वो किसी दिन वॉच इंडस्ट्री चलाएंगे।

उनकी कंपनी जर्मनी, फ्रांस और स्विट्जरलैंड से पुर्जे खरीदती थी। हैन्स ने तीन घड़ी निर्माताओं से अपने लिए तीन पॉकेट वॉच बनवाईं। इन घड़ियों को जल्द ही क्रोमोमीटर का सर्टिफिकेट मिल गया और ये घड़ियां तुरंत बिक गईं। 1903 में उन्होंने इंग्लिश वॉच इंडस्ट्री में काम करना शुरू किया। वो अल्फ्रेड जेम्स डेविस से मिले और उन्हें पार्टनर बनाकर खुद की वॉच कंपनी शुरू की। हैन्स के पास वॉच इंडस्ट्री का अनुभव था और जेम्स के पास पैसा।

हैन्स ने ब्रिटिश नागरिकता हासिल कर ली और दोनों पार्टनर अपने-अपने काम में जुट गए। 1912 के करीब रिस्ट वॉचेस लोकप्रिय होना शुरू हो गई थीं। हैन्स और जेम्स ने अपनी कंपनी का नाम 'रोलेक्स' रखना तय किया, क्योंकि ये बोलने में आसान था और हर भाषा में इसका उपयोग किया जा सकता था। आज रोलेक्स लीजेंड है।

ये हैं खास पड़ाव

1927 में पहली वॉटर रेसिस्टेंट रिस्ट वॉच पेश की। 1945 में एक घड़ी में तीन फीचर दिए- ऑटोमेटिक वाइंडिंग, वॉटर रेसिस्टेंट केस और क्रोनोमीटर सर्टिफिकेट।

अच्छा हो या बुरा, हर दौर में विस्तार करती रही 'नेस्ले'

हेनरी नेस्ले

150 से ज्यादा साल पुरानी 'नेस्ले' की शुरुआत 1866 में हुई थी, जब हेनरी नेस्ले ने ताजा दूध की जगह कंडेंस्ड मिल्क सप्लाई करना शुरू किया था। स्विट्जरलैंड की यह कंपनी वक्त के साथ अपने प्रोडक्ट बढ़ाती चली गई। 1875 के समय में नेस्ले, एक स्विस चॉकलेटियर डेनियल पीटर को कंडेंस्ड मिल्क दिया करते थे, जिससे उन्होंने पहली मिल्क चॉकलेट बनाई थी। इसके लगभग बीस साल बाद नेस्ले ने चॉकलेट इंडस्ट्री में कदम रखा।

यह भी जानें

लगातार विस्तार के कारण ही आज नेस्ले दुनिया की सबसे बड़ी फूड और ड्रिंक कंपनी है।

जब फर्स्ट वर्ल्ड वॉर शुरू हुआ तो कंपनी के कंडेंस्ड मिल्क की डिमांड आसमान छू रही थी लेकिन सप्लाई की समस्या थी। नतीजा यह हुआ कि नेस्ले को सारा ध्यान यूएस और ऑस्ट्रेलिया पर लगाना पड़ा, जहां इनकी नई फैक्ट्रियां शुरू हुई थीं। यह योजना सफल हुई और वॉर खत्म होते-होते कंपनी का प्रोडक्शन दो गुना हो चुका था। जब 1929 में मंदी का दौर आया, लेकिन इस वक्त तो नेस्ले स्विट्जरलैंड की सबसे पुरानी चॉकलेट कंपनी खरीद कर नए आयाम रच रही थी।

अगला दशक नाम रहा माल्ट चॉकलेट ड्रिंक 'माइलो' के, जिसने ऑस्ट्रेलिया में खासी सफलता हासिल की। जल्दी ही ऐतिहासिक पल आया जब कंपनी ने नेसकैफे लॉन्च की। जब दूसरा विश्व युद्ध शुरू हुआ तो नेस्ले ने अपने प्रॉडक्ट की रेंज बढ़ा ली, साथ ही स्विस फर्म अलीमेंटा खरीद ली जो मैगी सूप्स बनाया करती थी। 1950 में अमेरिकी बाजार में 'नेस्टी' ने बड़ी सफलता दर्ज की। 1977 जरूर एक बुरा दौर था जब कंपनी का विस्तार बुरी तरह प्रभावित हुआ, क्योंकि लोगों ने 'बायकॉट नेस्ले' मुहिम शुरू कर दी। लोग इस बात से नाराज थे कि कंपनी ने मां के दूध के विकल्पों की आक्रामक मार्केटिंग की थी। 1984 में जब यह मुहिम थमी तो कंपनी ने फिर विस्तार शुरू कर दिया। अब तीन बिलियन डॉलर में 'कारनेशन' को खरीदा गया जो उस वक्त बड़े सौदों में गिना गया। 21वीं सदी में भी नेस्ले बढ़ती रही।

नेस्ले इंडिया की स्थिति

▪ मार्केट कैप (14 सितंबर 2020 को करोड़ रु.)	1,54,904
▪ नेट प्रॉफिट (दिसंबर 2019) करोड़ रु.	1,969.5
▪ रेवेन्यू (दिसंबर 2019) करोड़ रु.	12,615.7
▪ कर्मचारी	7649

सबसे बड़ी कन्फेक्शनरी कंपनी- कैडबरी यूं बनी

जॉन कैडबरी

मनपसंद स्कूल में ना पढ़ पाने और मनचाही जगह नौकरी ना कर पाने की वजह से इंग्लैंड के बर्मिंघम में जॉन कैडबरी ने 1824 में ग्रॉसर्स शॉप शुरू की। दूसरी चीजों के साथ वो कोको, चाय और ड्रिंकिंग चॉकलेट भी बेचा करते थे। इसे वो खुद तैयार करते थे। लोग उनकी ड्रिंकिंग चॉकलेट और चाय को लोग खूब पसंद करते थे। कुछ साल के अनुभव के बाद उन्होंने 1831 में एक फैक्ट्री शुरू की जहां चाय, कॉफी पर ज्यादा ध्यान दिया, लेकिन ड्रिंकिंग चॉकलेट भी बनाना जारी रखा। वक्त के साथ ड्रिंकिंग चॉकलेट की मांग बढ़ने लगी और उनके मेन्यू में 16 तरह की वैरायटी नजर आने लगी। अगले 15 साल में आसपास के इलाकों में भी कैडबरी चॉकलेट ड्रिंक्स मिलने लगे। जॉन ने अपने भाई बेंजामिन के साथ 1847 में बड़ी फैक्ट्री खोली। इनकी क्वालिटी इतनी बढ़िया होती थी कि क्वीन विक्टोरिया ने इन्हें 1854 में 'रॉयल वॉरंट' के सम्मान से नवाजा।

1860 में दोनों भाई अलग हो गए। जॉन बूढ़े हो गए थे तो दो बेटों रिचर्ड और जॉर्ज को उन्होंने कैडबरी का काम सौंपा। दोनों ने काम बढ़िया संभाला और 1870 तक कैडबरी को उन्होंने विदेश में पहुंचा दिया। 1889 में जॉन नहीं रहे और इसके दस साल बाद बेटे रिचर्ड का भी निधन हो गया। अब कंपनी में केवल जॉर्ज थे। जॉर्ज ने ही 1905 में कैडबरी की फेमस चॉकलेट 'डेरी मिल्क' बनाई। इसके लिए वो 1897 से रिसर्च कर रहे थे। कैडबरी का यह प्रॉडक्ट आज भी वैसे ही पसंद किया जाता है जैसा एक शताब्दी पहले किया जाता था। आज भी यह कंपनी की सबसे ज्यादा बिकने वाली चॉकलेट है। भारत में कैडबरी आजादी के एक साल बाद 1948 में आई। भारत में भी इसे खूब पसंद किया गया। इसे दुनिया के 50 से ज्यादा देशों में बेचा जाता है।

यह भी जानें

1905 में कैडबरी का पहला लोगो बना। जो अभी आप देखते हैं वो कैडबरी स्क्रिप्ट लोगो 1921 में सामने आया। 2003 में कैडबरी दुनिया की सबसे बड़ी कन्फेक्शनरी कंपनी बन गई।

मॉन्डेलेज इंटरनेशनल (कैडबरी की पैरेंट कंपनी)

▪ मार्केट कैप (बिलियन डॉलर में)	81.56
▪ नेट प्रॉफिट (दिसंबर 2019) बिलियन डॉलर	3.8
▪ रेवेन्यू (दिसंबर 2019) बिलियन डॉलर	25.8
▪ नेटवर्थ (बिलियन डॉलर)	27.3
▪ कर्मचारी	80,000

देश के सबसे बड़े ऑनलाइन टीचर की कहानी

बायजू रविन्द्रन

केरल के कन्नूर इलाके के एक छोटे-से गांव में रहने वाले बायजू रविचंद्रन उसी स्कूल में पढ़ते थे, जहां उनके पिता फिजिक्स पढ़ाते थे और मां मैथ्स पढ़ाती थीं। यह परिवार थोड़ा अलग किस्म का था, टीचर पैरेंट्स के इस बेटे को कभी पढ़ाई के लिए नहीं टोका गया। बायजू को खेल अपनी तरफ खींचता था तो उन्हें खेलने की पूरी आजादी दी गई। दूसरे टीचर शिकायत भी करते थे कि बेटा क्लास मिस कर खेलने जाता है, लेकिन पैरेंट्स ने कभी बायजू को नहीं टोका और उनकी पसंद के साथ खड़े रहे। फुटबॉल से बायजू ने अपने जीवन का सबसे बड़ा सबक यह सीखा कि कैसे किसी टीम को लीड किया जाता है और दबाव में बढ़िया प्रदर्शन कैसे किया जाता है। यही बातें बायजू को तब काम आई जब वे आंत्रप्रेन्योर बने।

यह भी जानिए

- कंपनी के पास भारतीय क्रिकेट टीम की जर्सी के अधिकार रहे हैं।
- हर रजिस्टर्ड स्टूडेंट औसतन 71 मिनट रोज इस एप पर बिताता है।
- 9000 से ज्यादा लोग इस कंपनी में काम करते हैं।

खेल को बायजू ने केवल मजे के लिए अपना रखा था। वक्त के साथ उसे छोड़ा और इंजीनियरिंग की। मल्टीनेशनल शिपिंग फर्म में जॉब करने लगे और बतौर सर्विस इंजीनियर दुनिया घूमने लगे। दो साल की नौकरी के बाद वे अपने दोस्तों के पास बेंगलुरु में छुट्टियां मना रहे थे। सभी दोस्त कैट की तैयारी कर रहे थे। बायजू मैथ्स में अच्छे थे तो उनसे पढ़ाई में मदद करने को कहा गया। इसी तैयारी में शामिल होते हुए उन्होंने भी परीक्षा दे दी और अच्छे नंबरों से पास भी हो गए। लेकिन उनकी इच्छा किसी आईआईएम से एमबीए करने की नहीं थी।

2005 में एक बार फिर वे अपनी छुट्टियां मनाने भारत लौटे थे। इस बार उनके दोस्तों के भी दोस्त उनके पास कैट की तैयारी के लिए पहुंचे। बेंगलुरु में बायजू छह हफ्ते रहे और करीब 1000 स्टूडेंट्स को पढ़ाया।

दो लाख रूपए के निवेश से हजारों करोड़ की कंपनी

शुरुआती वर्कशॉप्स फ्री थीं और स्टूडेंट्स अच्छा लगने पर आगे के लिए कीमत चुकाया करते थे। टीचिंग को मिले ऐसे रेस्पांस की वजह से बायजू कभी काम पर नहीं लौट सके। इसी दौरान उन्हें अहसास हुआ कि टीचिंग में उन्हें मजा आ रहा है।

नौकरी छोड़ उन्होंने पढ़ाना शुरू किया। वीकेंड पर पढ़ाने के लिए वे पुणे, दिल्ली, चेन्नई और मुंबई भी जाया करते थे और स्टेडियम में उनकी क्लासेस होती थीं। एक बार में 20 हजार स्टूडेंट्स पढ़ाना उनके लिए सामान्य बात थी। अब 'बायजूस क्लासेस' एक ब्रैंड बन चुका था। 2009 में लेक्चर्स के वीडियो बनाए गए और वी-सैट से उन 45 छोटे शहरों में उनका प्रसारण किया जाने लगा, जहां बायजू जा नहीं पाते थे। फिर 2011 से 15 के बीच क्लास 6 से 12 तक बच्चों के लिए कंटेंट तैयार किया गया। अगस्त 2015 तक 'बायजूस लर्निंग एप' लॉन्च के लिए तैयार थी।

एक साल में ही इस एप को 55 लाख डाउनलोड्स हासिल हुए और ढाई लाख से ज्यादा स्टूडेंट्स ने इसका सालाना सब्सक्रिप्शन लिया। दो लाख रुपए के निवेश से यह काम शुरू किया गया था और वक्त-वक्त पर करोड़ों की फंडिंग मिलती गई और आज 'बायजूस' हजारों करोड़ की कंपनी है। शाहरुख खान इसके ब्रैंड एम्बेसेडर हैं।

थिंक एंड लर्न प्रा. लि. (बायजू)

- रेवेन्यू (मार्च 2019) करोड़ रु. **1,366.9**

- बायजू मार्च 2019 में दुनिया का मोस्ट वैल्यूएबल एडटेक स्टार्टअप बना। तब इसकी वैल्यूएशन 5.4 बिलियन डॉलर हुई थी।

- बायजू के अनुसार उन्होंने 2019-20 में 2800 करोड़ रुपए रेवेन्यू कमाया।

जब 'एमआरएफ' की वजह से सरकार ने पॉलिसी बदली

केएम माम्मेन

अर्श से फर्श और फिर फर्श से अर्श तक का सफर करने वाले केएम माम्मेन माप्पिल्लई का ब्रेन चाइल्ड है 'एमआरएफ'। केरल में जन्मे केएम के आठ बड़े भाई थे और एक बहन। पिता का एक बैंक हुआ करता था और एक अखबार। 1949 तक रियासत रहे त्रावनकोर के शासक ने उनके पिता को दो साल के लिए जेल भेज दिया और सारी संपत्ति जब्त कर ली। इसके बाद केएम लंबे समय तक अपने कॉलेज के सेंट थॉमस हॉल के फर्श पर सोया करते थे। ग्रेजुएशन के बाद उन्होंने अपनी केमिस्ट पत्नी के साथ मिलकर बच्चों के गुब्बारे बनाने का काम बेहद छोटे स्तर पर शुरू किया। वे खुद ही गुब्बारे बनाते थे और बाजार जाकर बेचते भी थे। लंबे समय तक यह काम करने के बाद केएम ने ऊंची छलांग का सोचा। उनके कजिन की टायर रीट्रेडिंग प्लांट की चेन थी, जिसका ट्रेड रबर विदेशी टायर कंपनियों को सप्लाई किया जाता था। उन्होंने इसी क्षेत्र में आगे बढ़ना तय किया और मद्रास रबर फैक्ट्री यानी एमआरएफ की स्थापना की।

एमआरएफ का तैयार किया हुआ ट्रेड रबर हिट रहा और इसकी सफलता ने तमाम मल्टीनेशनल कंपनियों की प्रतिस्पर्धा में कंपनी को ला खड़ा किया। किसी भी कंपनी के ट्रेड रबर की क्वालिटी ऐसी नहीं थी तो सभी को एमआरएफ के आगे धंधा बंद करना पड़ा। इस बाजार पर कब्जे के बाद कंपनी फिर विस्तार के मूड में आ गई।

अब बारी टायर बनाने की थी। उस वक्त बाजार विदेशी कंपनियों के कब्जे में था। उस वक्त एक रिपोर्ट में सरकार के सामने यह बात आई कि किस तरह टायर के बाजार पर विदेशी कंपनियों का कब्जा है और अगर युद्ध होता है तो यह कंपनियां मिलकर सेना तक के चक्के जाम कर सकती है। इस समस्या से बचने

यह भी जानें

एमआरएफ ने लंबे समय तक सचिन तेंदुलकर और ब्रायन लारा के क्रिकेट बैट को स्पॉन्सर किया। अब विराट कोहली के बैट पर यह स्टिकर है। 2015 के क्रिकेट वर्ल्डकप में आईसीसी की ग्लोबल पार्टनर भी रही।

जब देश के घर-घर में पहुंचा एमआरएफ

का तरीका सरकार ने भारतीय कंपनियों को बढ़ावा देने में ढूंढा। तीन विश्वस्तरीय कंपनियों से लड़ने के लिए एमआरएफ ने एक छोटी अमेरिकी कंपनी 'मेन्सफील्ड टायर एंड रबर' के साथ हाथ मिलाया। 1961 में पंडित नेहरू ने ही 'एमआरएफ' की टायर फैक्ट्री का उद्घाटन किया। इस साल कंपनी ने अपना आईपीओ भी लॉन्च किया। इसके ठीक एक साल बाद ही 'एमआरएफ' संकट में आ गई। साथ आई अमेरिकी कंपनी की टेक्नोलॉजी भारतीय सड़कों पर बुरी तरह असफल रही।

देश में चलने वाले ओवरलोडेड ट्रकों में लगे इन टायरों ने वक्त से पहले जवाब दे दिया। इसका फायदा विदेशी कंपनियों ने उठाया और प्रचारित किया कि भारतीय कंपनी टायर नहीं बना सकती। भारतीय कंपनियों को बाजार से बाहर करने के लिए विदेशी कंपनियों ने हाथ मिला लिए थे और ऐसी कीमतें तय कर दी थीं, जिससे लोकल कंपनियों का काम ही नहीं चल सकता था। हद तो तब हो गई जब एक बार इंडस्ट्री मीट में 'एमआरएफ' की तरफ से कहा गया कि कंपनी ज्यादा बड़े हिस्से की हकदार है, तो विदेशी कंपनियों से जवाब मिला कि वह सिर्फ उतने ही हिस्से की हकदार होगी जितना हम तय करेंगे। इससे बौखलाई 'एमआरएफ' मामले को सरकार में ऊपर तक लेकर गई और जीत हासिल की।

सरकार ने अपनी पॉलिसी बदली और ऑर्डर देने का तरीका बदला, जिसमें 'एमआरएफ' को भी प्रतियोगिता में बने रहने का बराबर मौका मिला। इसके बाद कंपनी ने जबरदस्त प्रचार करके लोगों में भरोसा जगाया और 1964 में 'एमआरएफ मसल मैन' का जन्म हुआ। 1980 में हुए टीवी प्रचार में इसी 'मसल मैन' को सिग्नेचर म्यूजिक के साथ दिखाया तो यह घर-घर पहुंच गया।

एमआरएफ की मार्केट स्थिति

▪ मार्केट कैप (22 सितं. 20, करोड़ रु.)	24,655
▪ नेट प्रॉफिट (मार्च 2020) करोड़ रु.	1422.5
▪ रेवेन्यू (मार्च 2020) करोड़ रु.	16574.7
▪ नेटवर्थ (करोड़ रुपए में)	12214.8
▪ कर्मचारी	16194

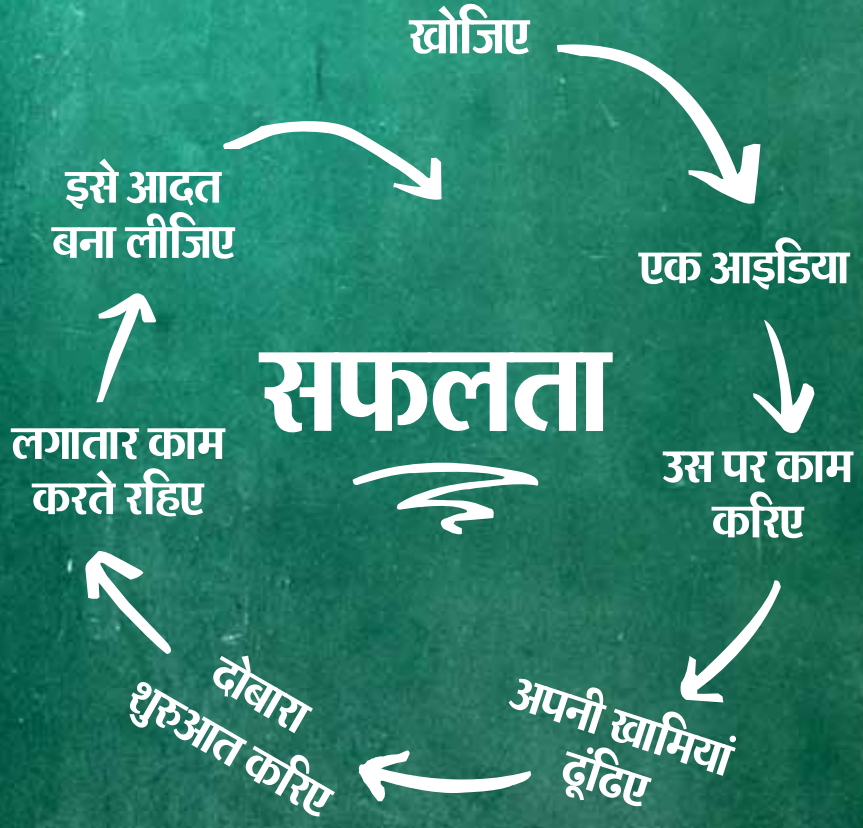
...सार

गूगल, अमेजन, रिलायंस सहित ये सभी कंपनियां सफलता का प्रतिनिधि चेहरा हैं। ये जीवन में आगे बढ़ने के लिए प्रेरित करती हैं। सफल होने के लिए एक आइडिया का होना जरूरी है, लेकिन उससे भी ज्यादा जरूरी है...

सफल होने की ज़िद

नोट : कंपनियों का फाइनेंशियल डेटा व अन्य जानकारियों का स्रोत

▪ किताबों से साभारः द पॉलिएस्टर प्रिंस, द फोर : द हिडन डीएनए ऑफ अमेजन, एप्पल, फेसबुक एंड गूगल, द कंपनी एंड इट्स विजिनरी फाउंडर, स्टीव जॉब्स। ▪ टाइम, फोर्ब्स, द इकोनॉमिस्ट, फॉर्च्यून व अन्य मीडिया रिपोर्ट्स। ▪ संबंधित कंपनियों की वेबसाइट्स, वार्षिक रिपोर्ट्स।



जीवन मंत्र : अगर जीवन में सफल होना है, तो सबसे ज्यादा 'आप' शब्द का, उसके बाद 'हम' शब्द का प्रयोग करिए। 'मैं' शब्द को कम से कम इस्तेमाल कीजिए।